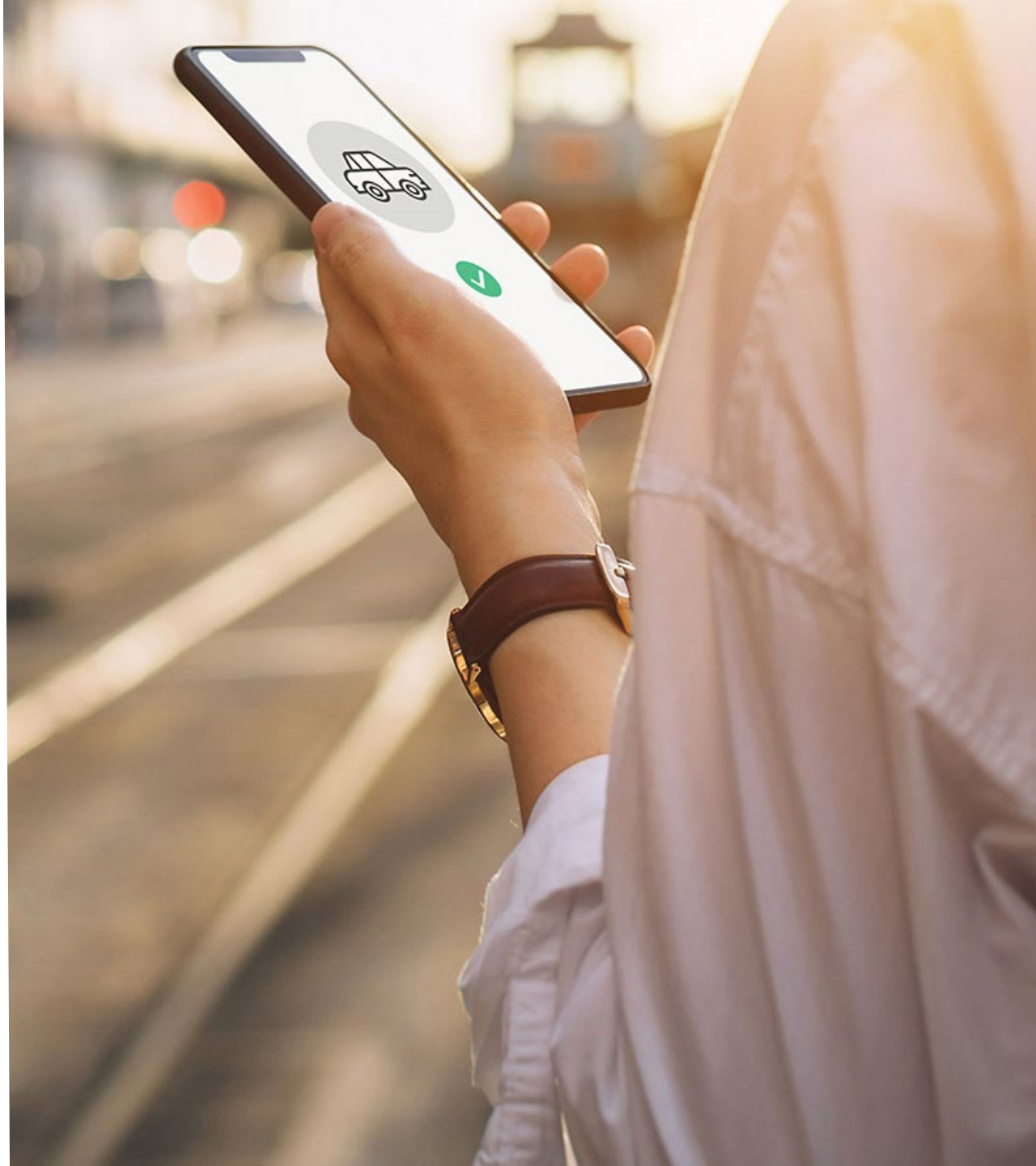


# 国内シェアリングエコノミーに関する 意識調査 2020

July, 2020

PwCコンサルティング合同会社



# PwC 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 2020 –目次–

調査概要	03
調査結果 1: <対象>10,001サンプル	
1-1「シェアリングエコノミー」の認知	05
1-2「シェアリングエコノミーのサービス」の認知	07
1-3「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験	10
1-4「シェアリングエコノミーのサービス」の利用意向	16
調査結果 2: サービスのカテゴリー別 <対象>全回答から抽出した計2,000サンプル(シェアリングエコノミー認知者:1,000、非認知者:1,000)	
2-1「シェアリングエコノミーのサービス」の利用回数	21
2-2「シェアリングエコノミーのサービス」を利用してよかった点	22
2-3「シェアリングエコノミーのサービス」を利用するメリット	23
2-4「シェアリングエコノミーのサービス」を利用する場合の懸念事項	24
調査結果 3: <対象>全回答から抽出した計2,000サンプル(シェアリングエコノミー認知者:1,000、非認知者:1,000)	
3-1「シェアリングエコノミー」が日本経済・社会に与える影響	26
3-2「シェアリングエコノミー」の発展が自分自身に与える影響	28
3-3「シェアリングエコノミー」について感じること	30
3-4「シェアリングエコノミーのサービス」利用時の「提供者」とのコミュニケーション	32
3-5「民泊」の認知	33
参考 自由記述回答から	34
参考 新型コロナウイルスが「シェアリングエコノミー」に与えた影響	36
オピニオン・寄稿	38

# PwC 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 2020 - 調査概要 -

調査目的	全国の消費者のシェアリングエコノミーに対する意識の把握
調査地域、対象	国内全域の一般消費者。16歳～70代の男女
調査方法	Webによるアンケート調査
調査期間	2020年5月9日～2020年5月11日
サンプル数	10,001名にスクリーニング調査を行い、うち2,000名が本調査に回答。 (「シェアリングエコノミーのサービスのいずれかを知っている」と回答した1,000名、「シェアリングエコノミーのサービスのいずれも知らない」と回答した1,000名の計2,000名を抽出)
主な調査内容	1. シェアリングエコノミーの認知、サービス利用経験、サービス利用意向 2. サービスのカテゴリごとに、利用回数、利用してよかった点(以上、利用経験者のみ)、利用におけるメリット、懸念事項など 3. シェアリングエコノミーの日本経済・社会および自分自身への影響、シェアリングエコノミーについて感じること ※ 「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2017」「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2018」「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査2019」の結果とも一部の内容を比較
調査主体	PwCコンサルティング合同会社 エクスペリエンスセンター



# 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 調査結果 1

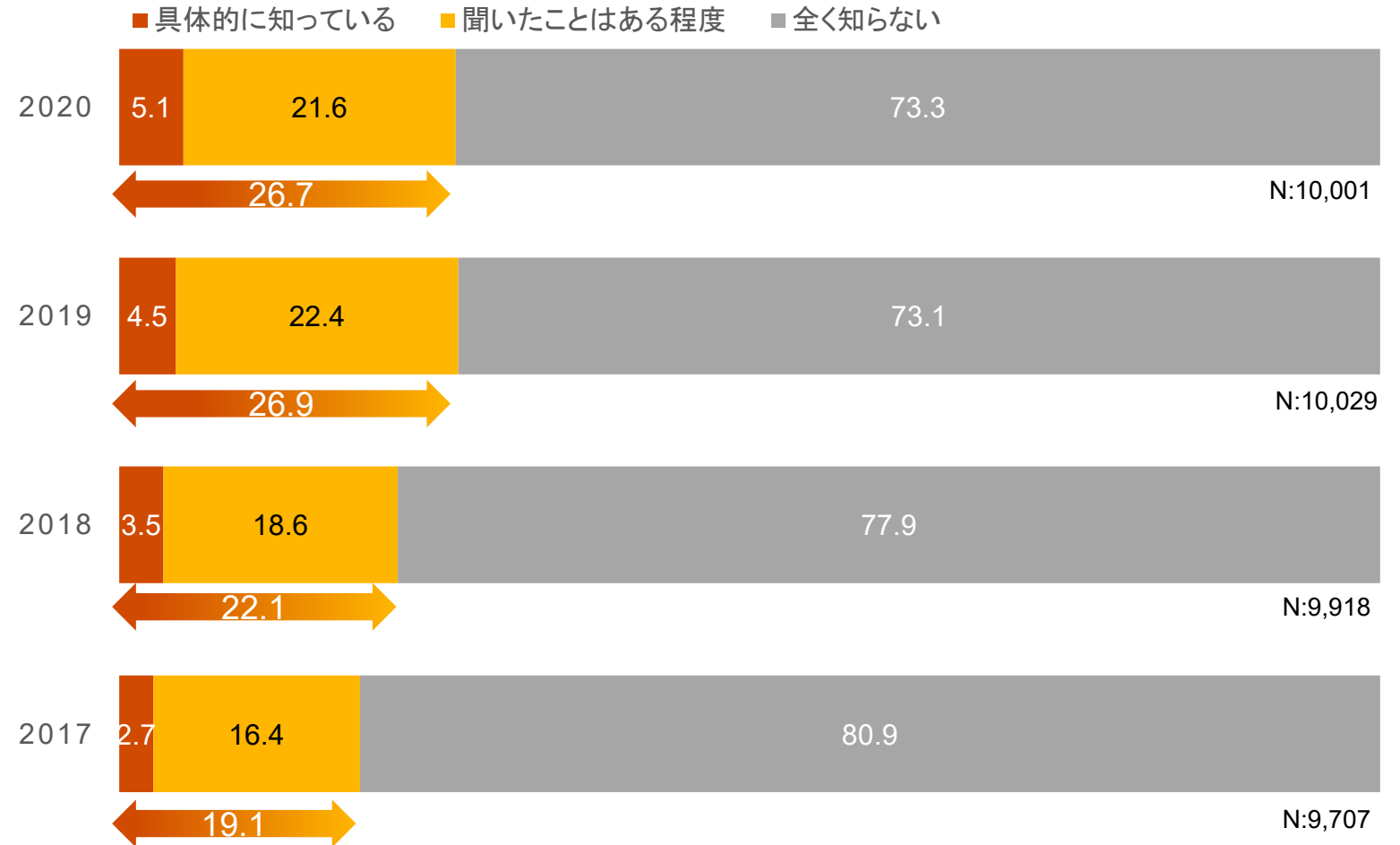
<対象>  
10,001サンプル

## 1-1「シェアリングエコノミー」の認知（対象:全員）

# 26.7%

「具体的にどのようなものか知っている」  
「聞いたことはある程度」と回答した方は、合計で26.7%となり、2019年調査とほぼ横ばいの4人に1人が認知する状況となった。

(質問)あなたはシェアリングエコノミーをご存知ですか？



## 1-2 「シェアリングエコノミーのサービス」の認知

### 本調査における「シェアリングエコノミー」の定義

「シェアリングエコノミー(略称:シェアエコ)」とは、個人等が保有する「遊休資産」(※)などを、インターネット上のプラットフォームを介して他の個人等が必要なタイミングで利用することを可能にする経済活動の総称。ソーシャルメディアが有するコミュニケーション機能が活用されるのもその特徴のひとつ。

※遊休資産:活用されていない資産。有形のものだけでなくスキルや時間など無形のものも含む。

本調査におけるカテゴリー	内容
1. 場所・空間	宿泊場所、駐車場、会議室、荷物預かりなど
2. 移動手段	自動車(移動手段の提供を含むものも対象)、自転車など
3. モノ	洋服、家電、子供用品など
4. ビジネスプロフェッショナルスキル	翻訳、プログラミング、デザイン、ビジネスコンサルティングなど
5. 家事・手伝い・シッターなどのスキルや労働力	家事全般、子育て支援、料理、介護、庭仕事など
6. クラウドファンディング	P2P型資金調達

## 1-2「シェアリングエコノミーのサービス」の認知①（対象：全員）

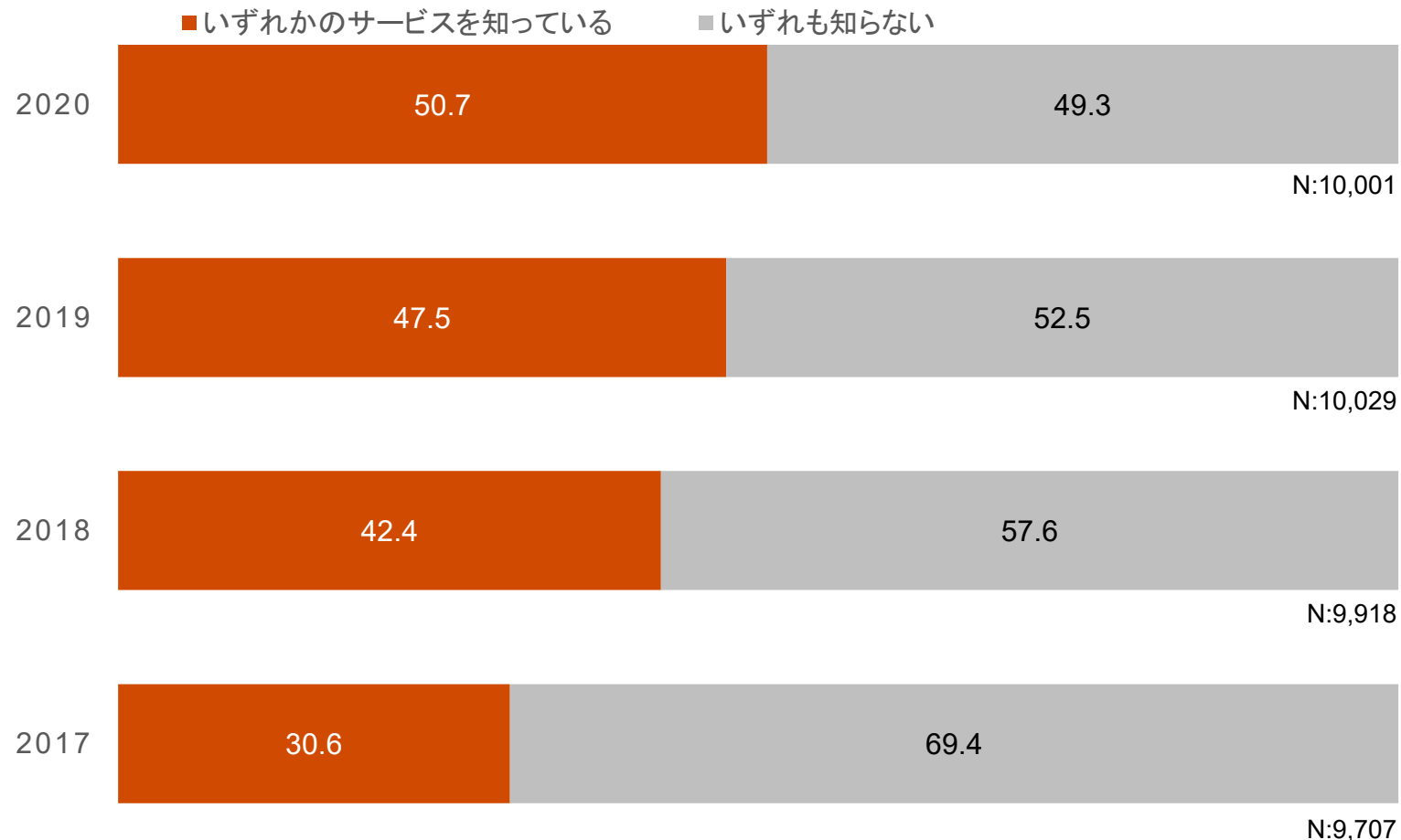
# 50.7%

P.6に掲載の「シェアリングエコノミー」の定義およびサービスのカテゴリーを説明した上で、あらためて認知を聞くと、

「何らかのシェアリングエコノミーのサービスを知っている」と回答した、つまりサービスの認知度は全体の50.7%。

前年調査より伸び率は鈍化しているが、引き続き上昇し、今回初めて半数に到達した。

（質問）あなたはシェアリングエコノミーをご存知ですか？



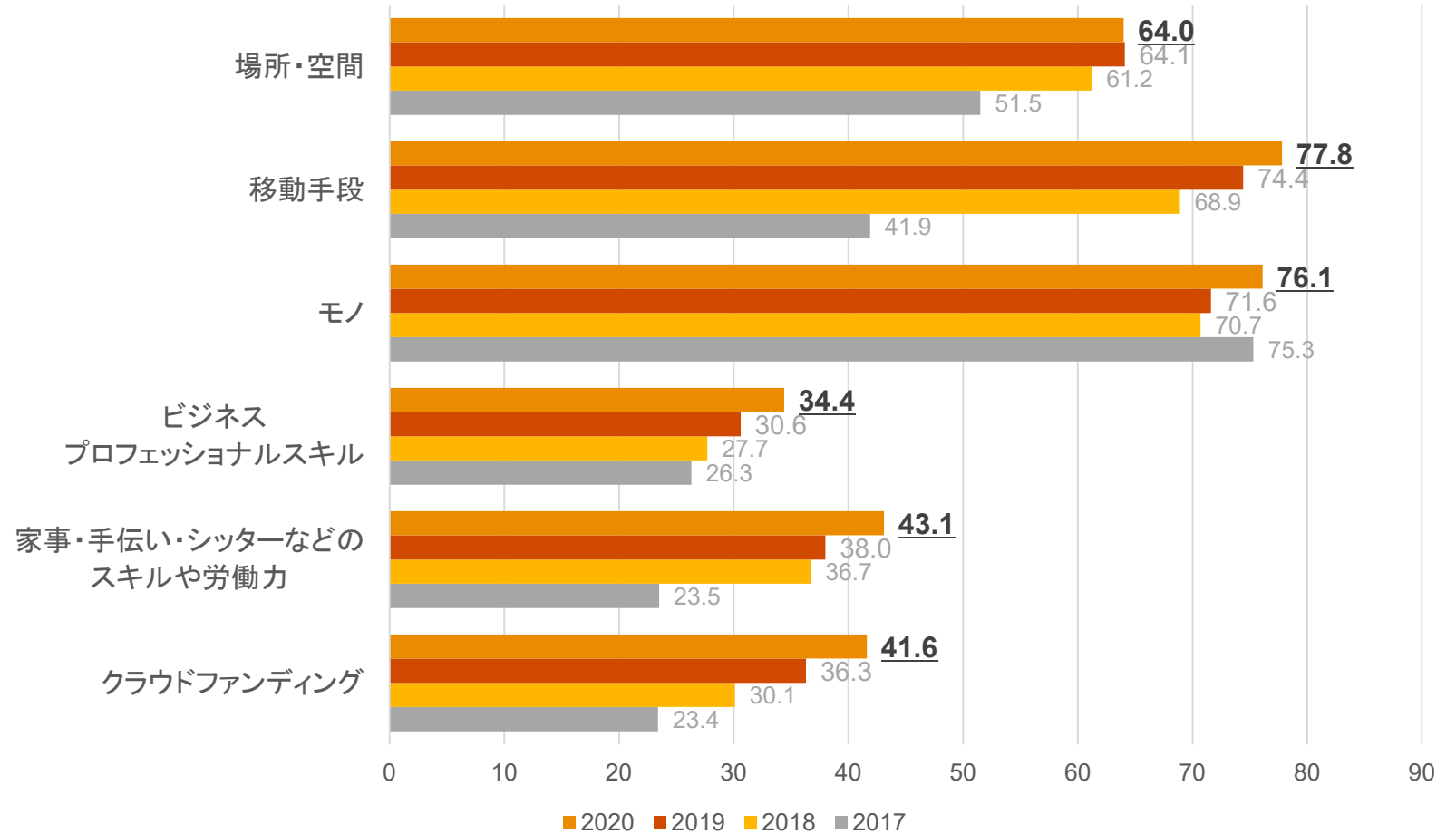
## 1-2 「シェアリングエコノミーのサービス」の認知②（対象:シェアリングエコノミー認知者）

「シェアリングエコノミーのサービスのいずれかを知っている」と回答した人が認知しているサービスのカテゴリーは、

過去調査と比較して傾向の変化は見られず、依然として「場所・空間」「移動手段」「モノ」が高いスコアを示している。

ただし、「場所・空間」の増加が止まり、一方で「モノ」「家事・手伝い・シッターなどの労働力」の増加が大きい。

認知されているサービスのカテゴリー（n:5,069）



※2019年はn: 4,763 2018年はn:4,210 2017年はn:2,967

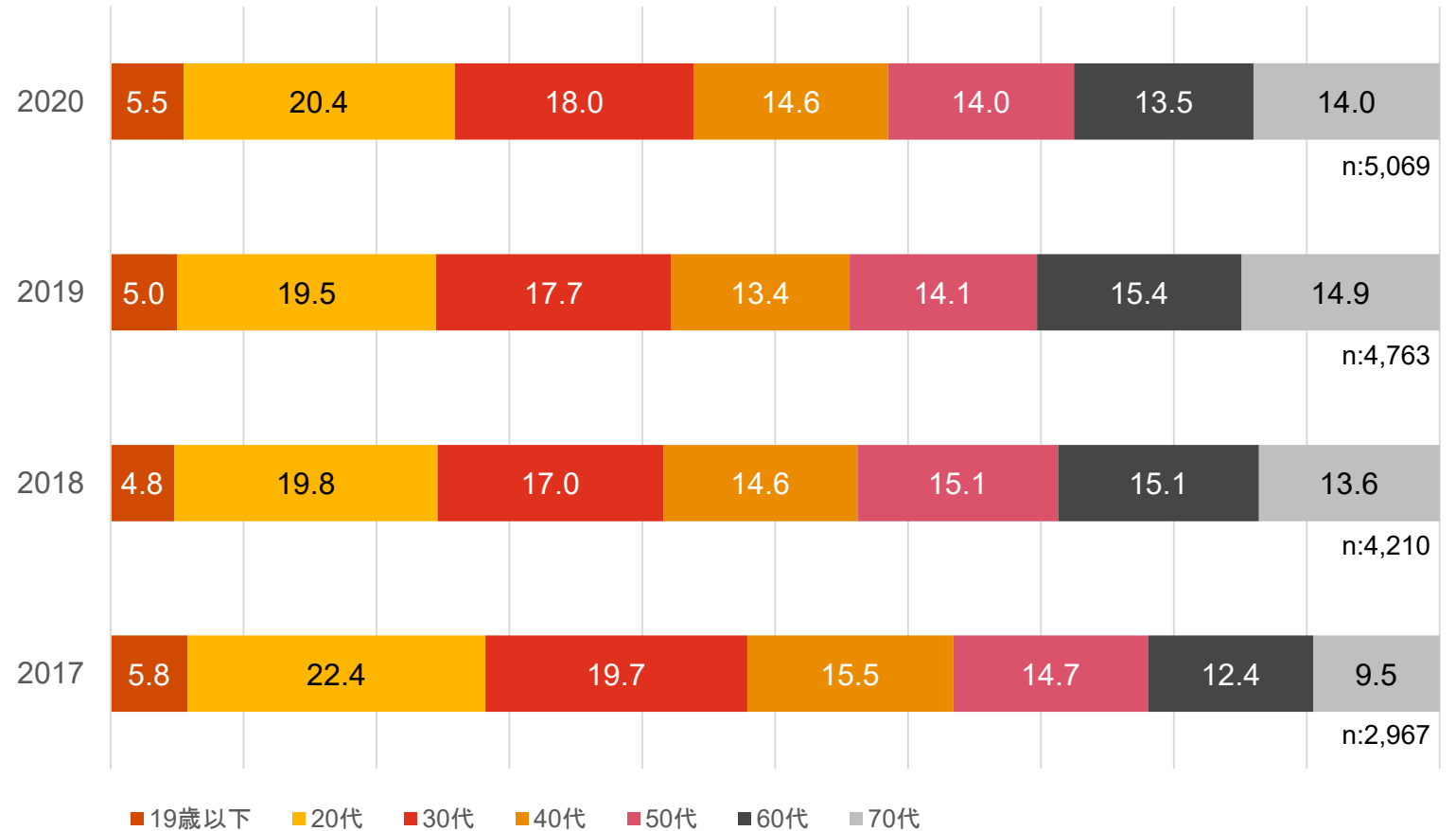


## 1-2 「シェアリングエコノミーのサービス」の認知③ 年代別内訳(対象:シェアリングエコノミー認知者)

「シェアリングエコノミーのサービスのいずれかを知っている」と回答した人の年代別内訳をみると、20代～70代の間でそれほど大きな差は見られなかった。

認知者のうち、60代および70代の割合の増加傾向は止まり、20代から40代の占める割合が増加している。

シェアリングエコノミーのサービス認知者の年代別内訳



### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験① 経験者の割合(対象:全員)

# 20.5%

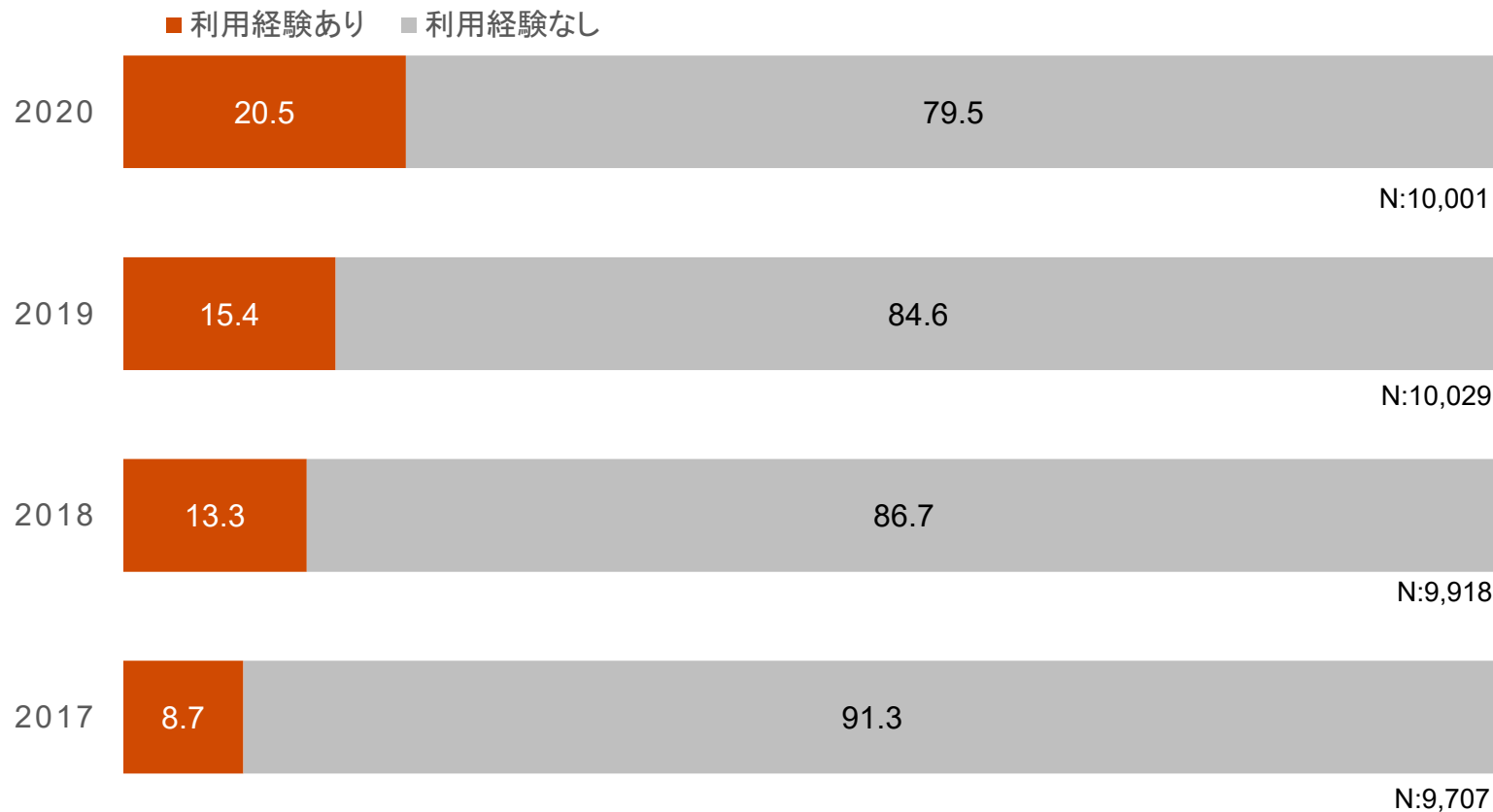
「シェアリングエコノミーのサービス」の  
いずれかを、日本国内で

「(サービス・製品の)利用者」  
または  
「(サービス・製品の)提供者」

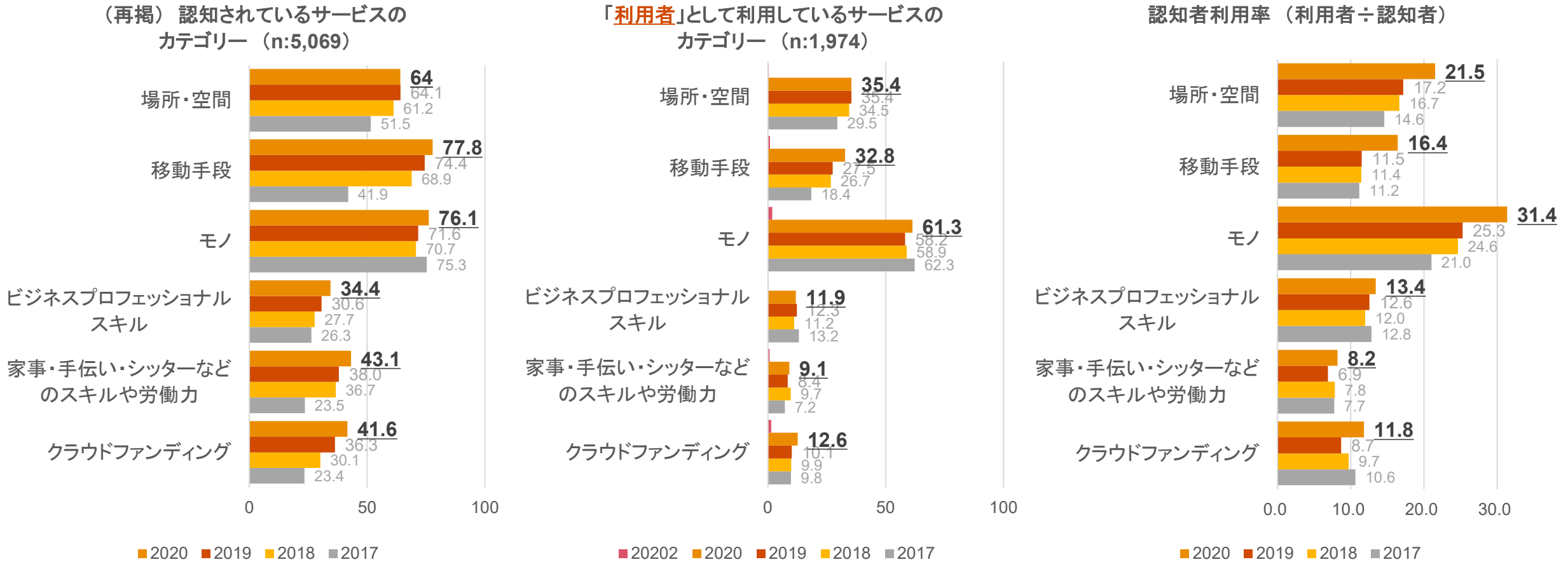
として利用した経験者は20.5%。

経験者の増加傾向は継続しており、更  
に前年調査より伸び率が上昇している。

(質問)国内でシェアリングエコノミーのサービスを利用したことがありますか

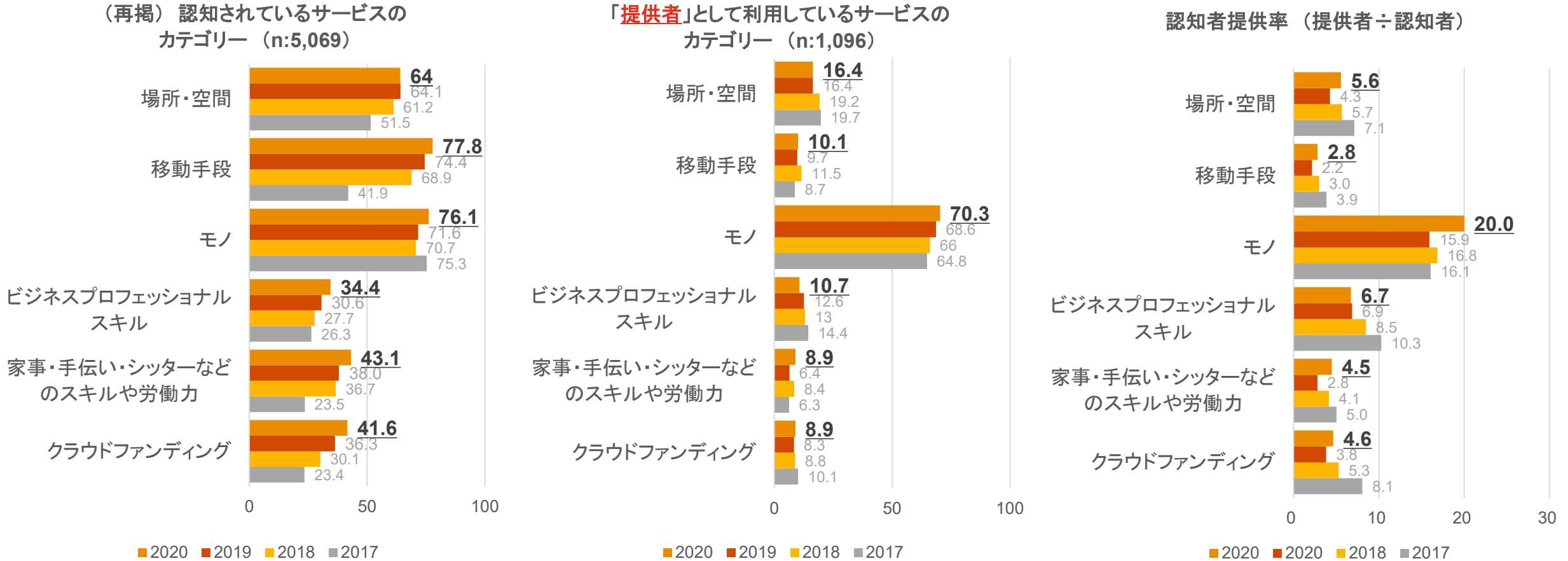


### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験② カテゴリ別利用者の割合(対象:サービス利用経験者)



国内で「シェアリングエコノミーサービスのいずれかの利用経験がある」と回答した人について、「利用者」として利用した者のカテゴリを見ると、「モノ」のカテゴリがトップ。認知者利用率でみると、いずれのカテゴリでも増加している。特に、認知度の高い「場所・空間」「移動手段」「モノ」のカテゴリにおいて大きな数値の伸びがあり、認知から利用への行動シフトが進んでいることが見て取れる。

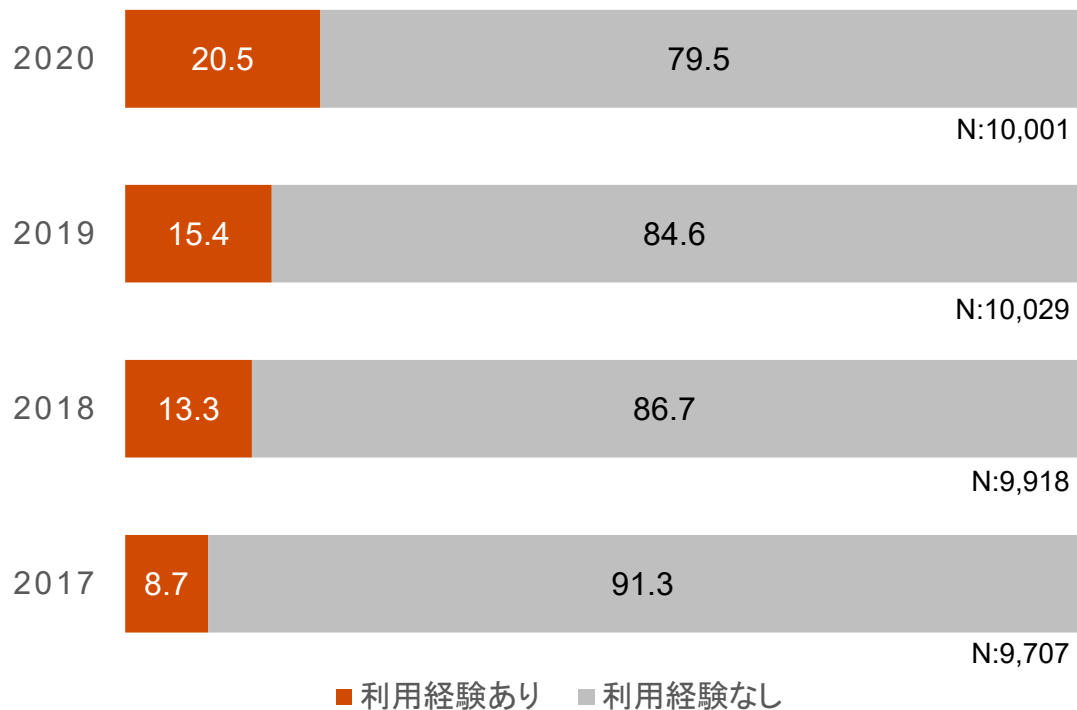
### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験② カテゴリ別提供者の割合(対象:サービス提供経験者)



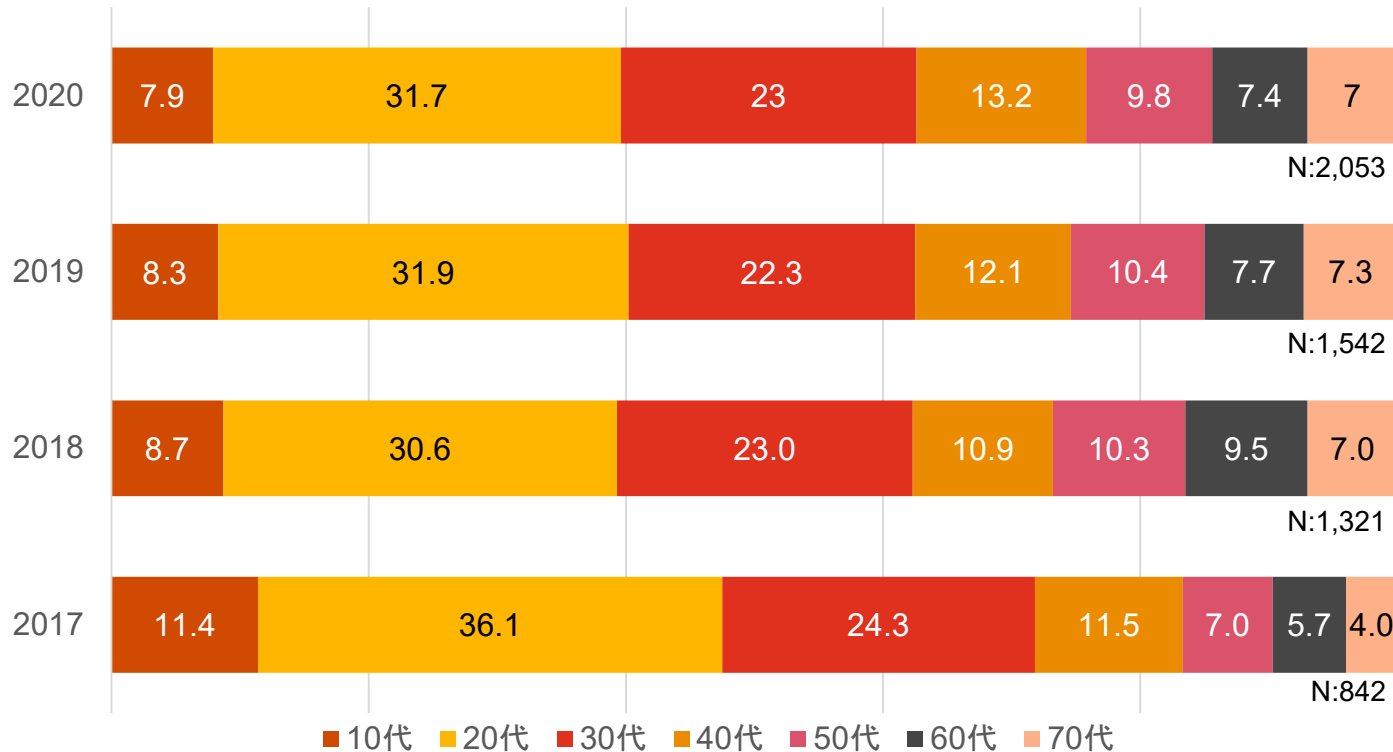
国内で「シェアリングエコノミーサービスのいずれかの利用経験がある」と回答した人について、「提供者」として利用した者のカテゴリを見ると、「モノ」のカテゴリがトップ。認知者提供率は、「ビジネスプロフェッショナルスキル」を除くすべてのカテゴリにおいて上昇、特に「モノ」において大きく上昇している。

### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験③ 経験者の年代別内訳(対象:サービス利用経験者)

(再掲)国内でのシェアエコ利用経験者  
(利用者としての経験と提供者としての経験)



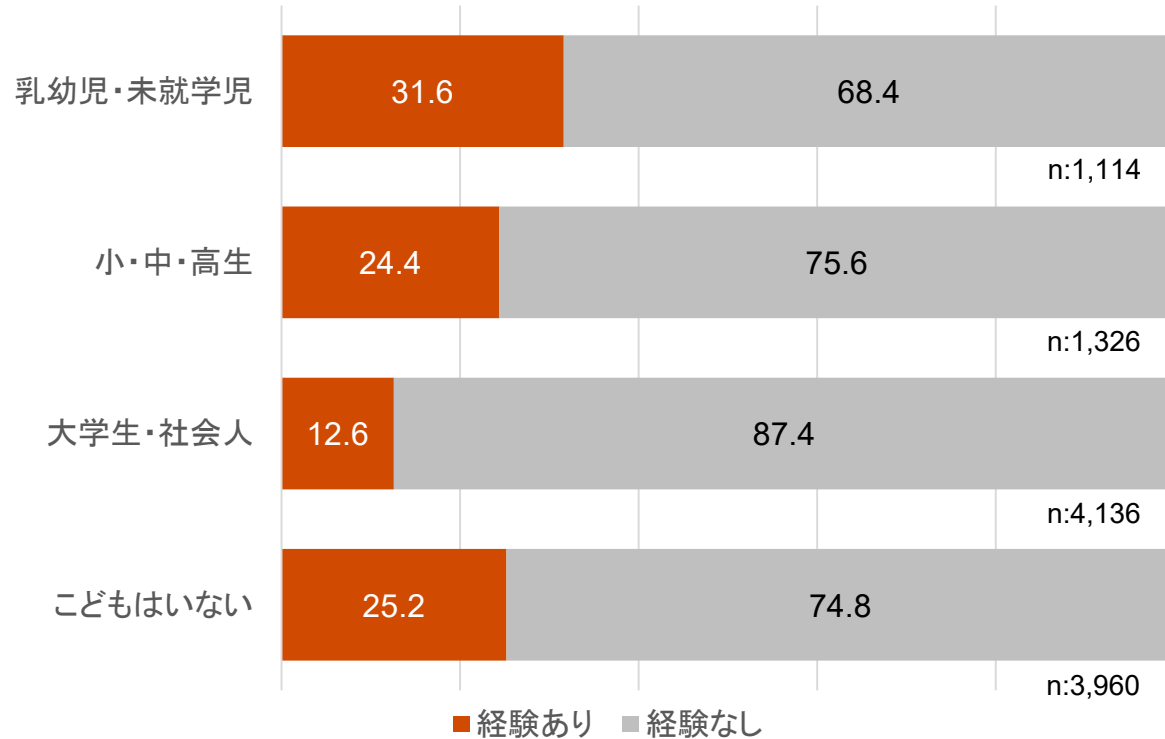
「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験者  
年代別内訳



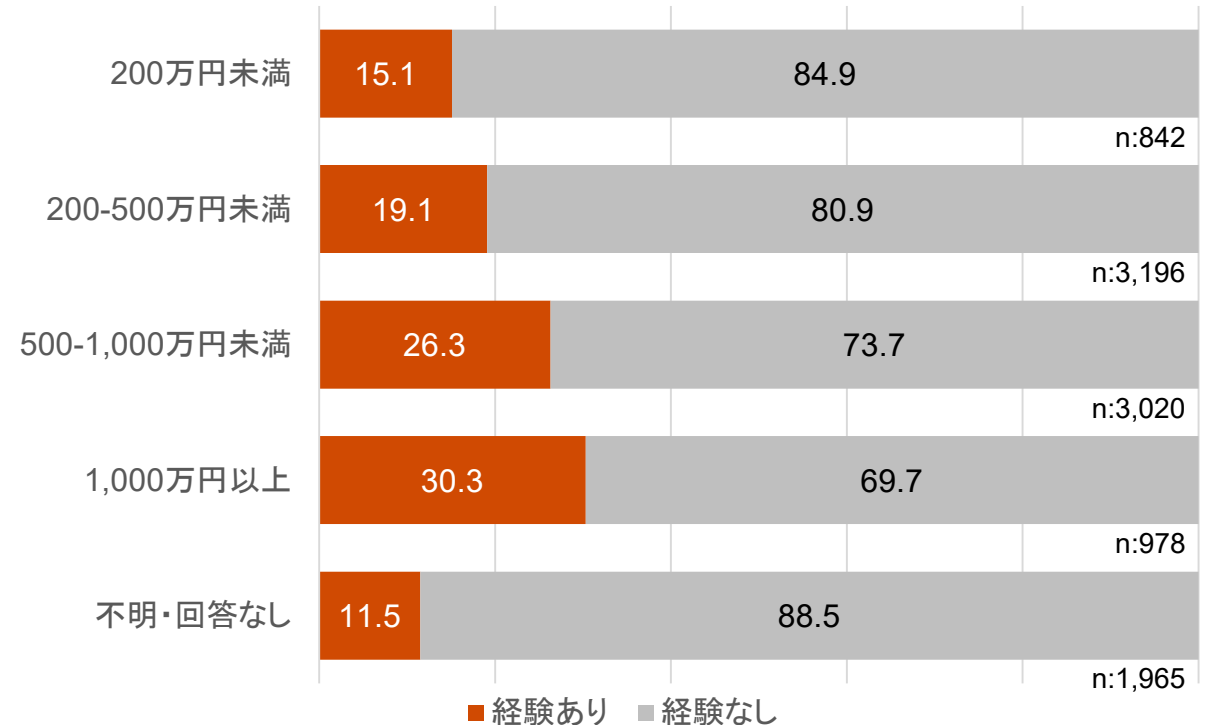
国内で「シェアリングエコノミーサービス」のいずれかの利用経験(利用者、提供者)があると回答した人の年代別内訳は、2018年・2019年調査と比較して大きな変化はなく、30代までの若年層が経験者の6割を占める。全体の経験者数は増えており、各年代の経験者数も人数に換算すればそれぞれ増えている。

### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験④ 経験者の子供の有無・世帯年収別（対象：サービス利用経験者）

「シェアリングエコノミーのサービス」の経験あり・なし  
子供の有無・子供の世代別（複数回答可）



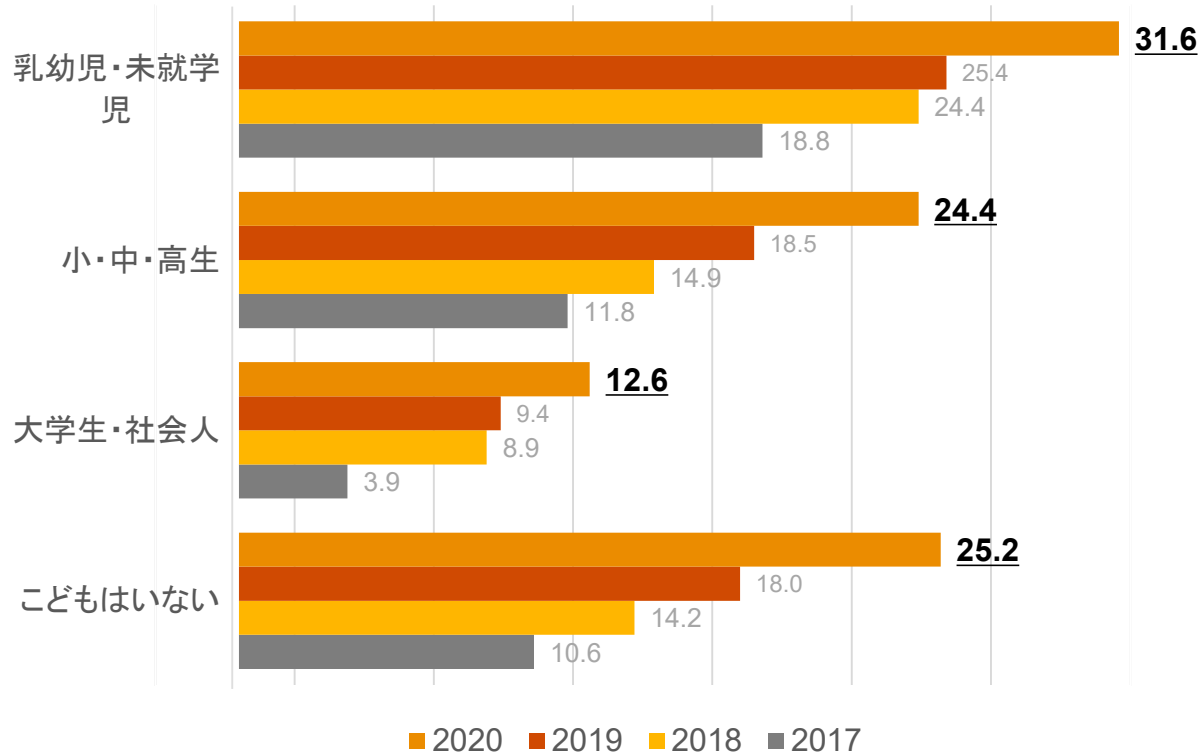
「シェアリングエコノミーのサービス」の経験あり・なし  
世帯年収分布



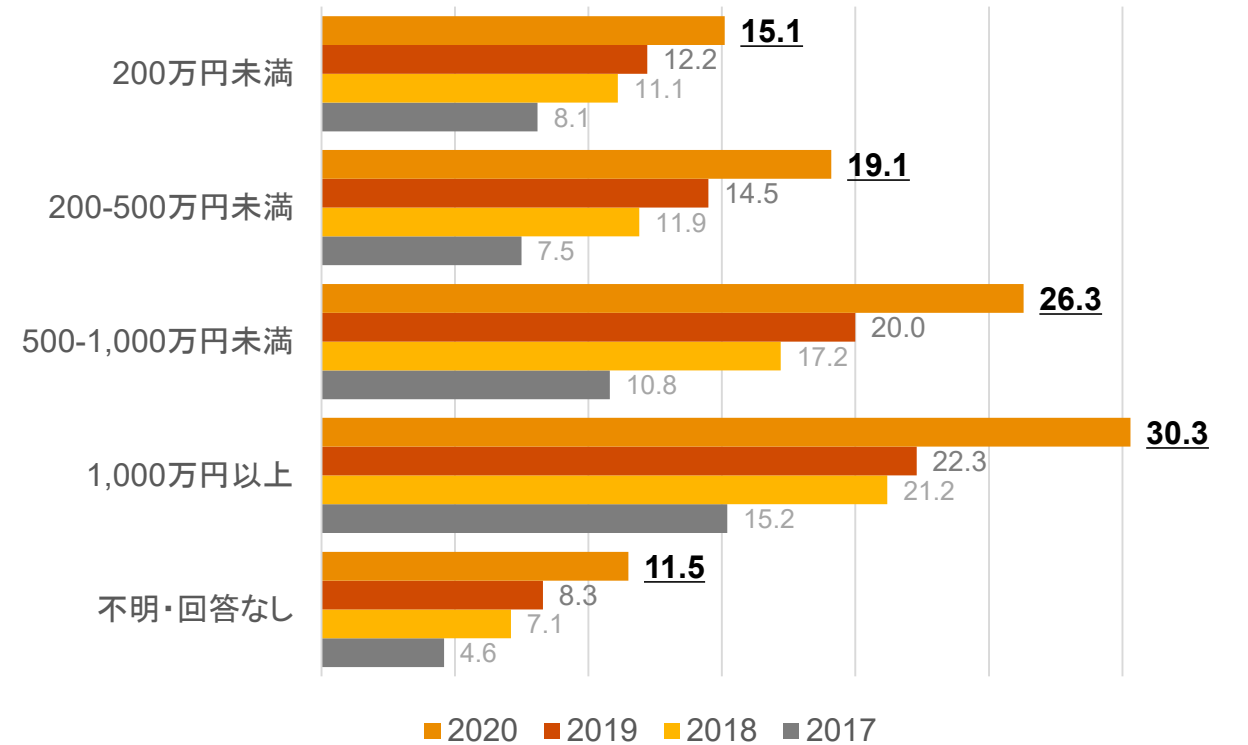
「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験について、子供の有無・世代別に見ると、乳幼児・未就学児の子供がいる回答者での利用経験が多く、また、世帯年収別でも、1,000万円以上の世帯収入者での利用経験が多い。これらは前年調査との差は見られない（次頁参照）。

### 1-3 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用経験④ 経験者の子供の有無・世帯年収別(対象:サービス利用経験者)

「シェアリングエコノミーのサービス」の経験あり・なし  
 子供の有無・子供の世代別(複数回答可) **過去比較**



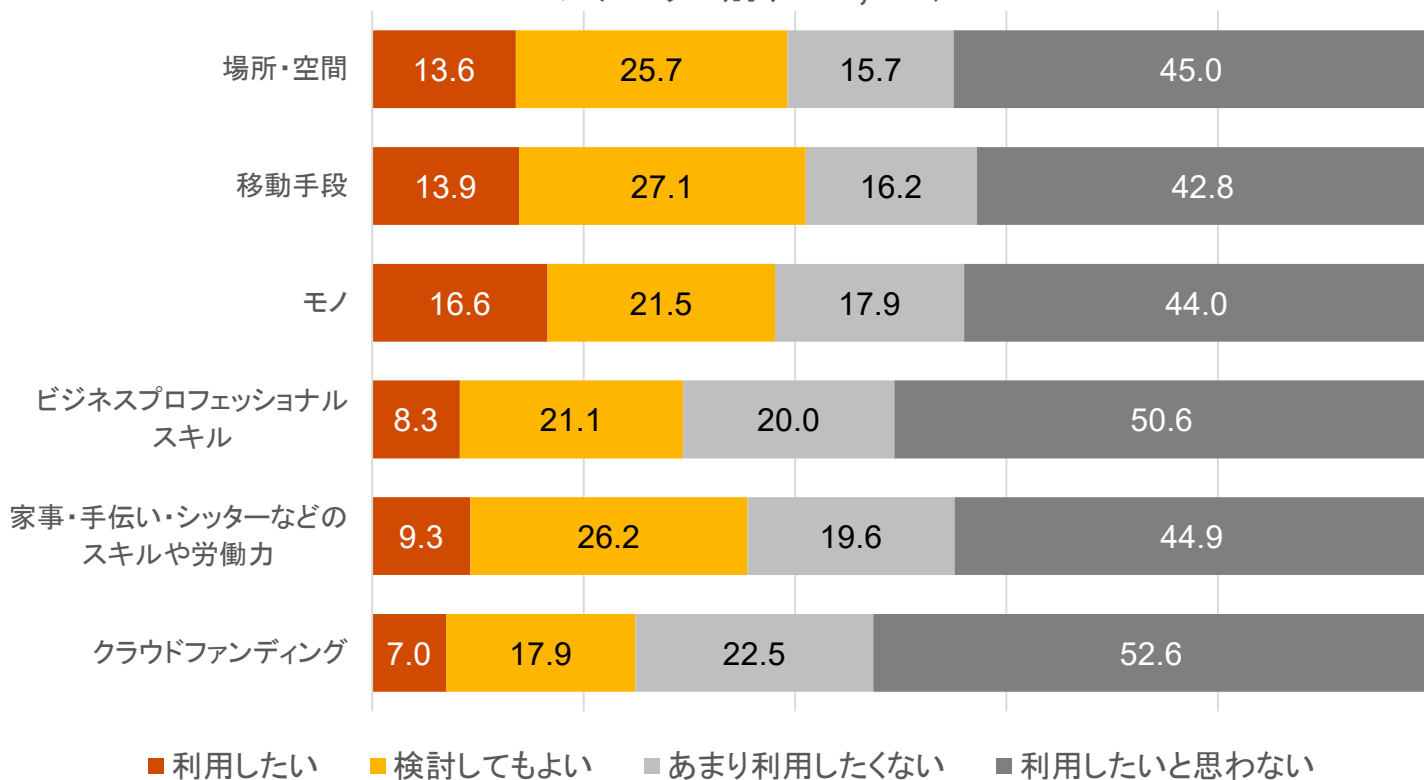
「シェアリングエコノミーのサービス」の経験あり・なし  
 世帯年収別 **過去比較**



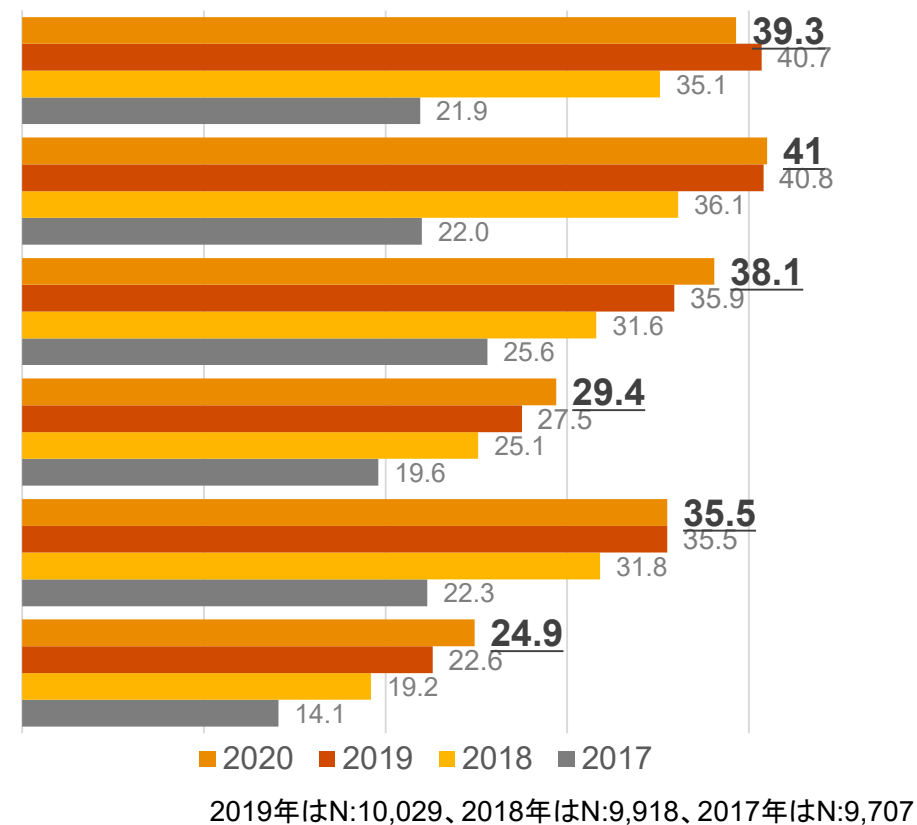
前頁に掲載の「子供の有無・世代別」ならびに「世帯年収別」の利用経験者の占率について、過去の調査結果と比較すると、前者は「小・中・高生」「こどもはいない」世帯での利用者率が非常に大きく上昇し、後者では「200 - 500万円」「500 - 1,000万円」「1,000万円以上」収入世帯での利用者率が大幅に増加している。

# 1-4 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用意向① カテゴリー別(対象:全員)

「シェアリングエコノミーのサービス」の「利用者」としての利用意向  
カテゴリー別(N:10,001)



“利用に前向きな意見”

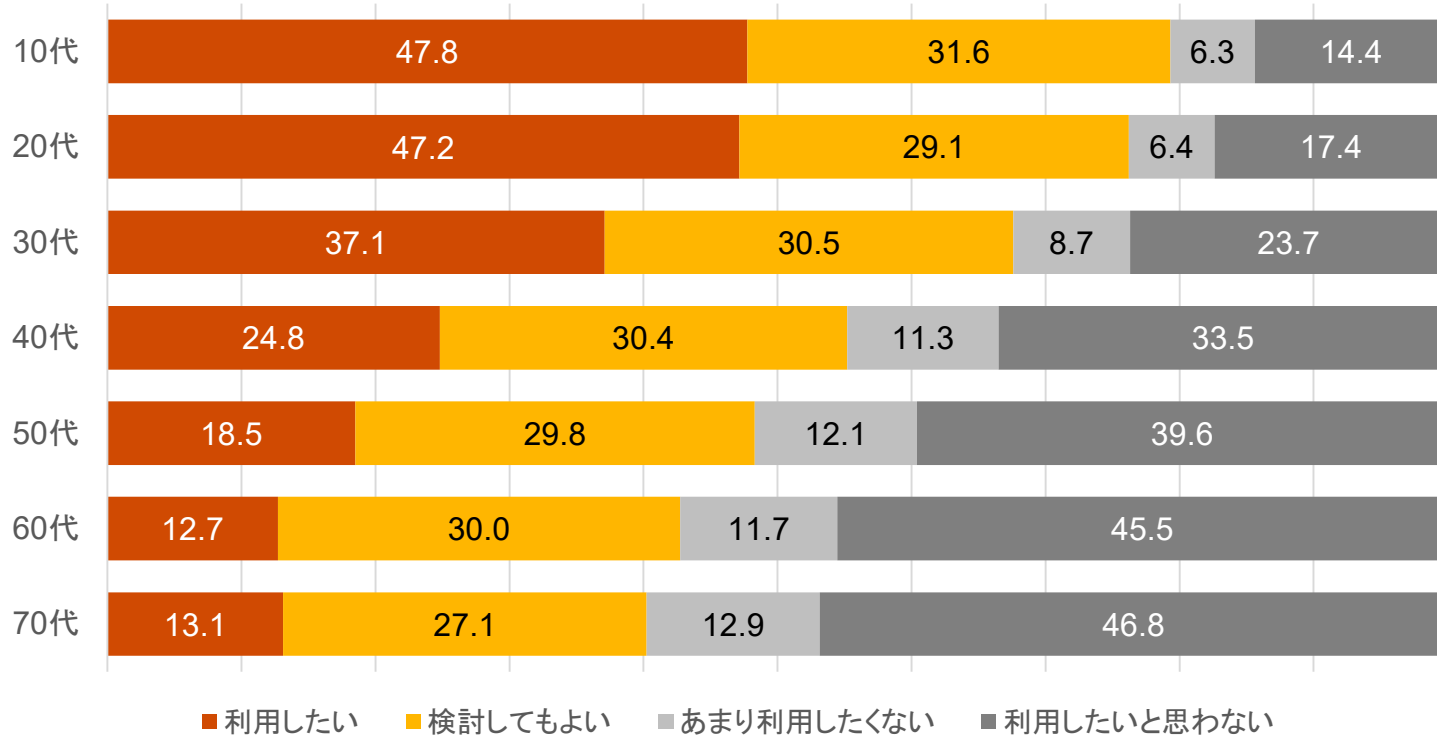


シェアリングエコノミーのサービスを「(サービス・製品の)利用者」として前向きに捉える(「利用したいと思う」「利用を検討してもいいと思う」の合計)スコアは、「ビジネスプロフェッショナルスキル」「クラウドファンディング」「モノ」のシェアリングでは増加。一方、「場所・空間」が減少、「移動手段」「家事・手伝い・シッターなどのスキルや労働力」の増加が止まっている。

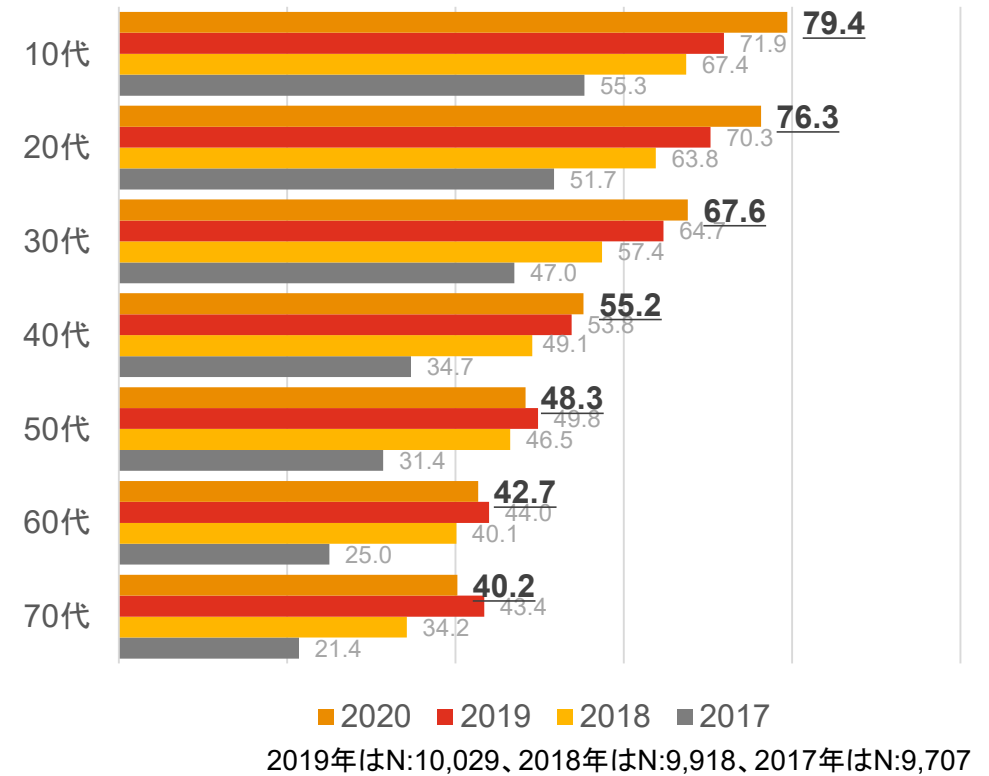


# 1-4 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用意向② 年代別(対象:全員)

「シェアリングエコノミーのサービス」の「利用者」としての利用意向  
年代別 (N:10,001)



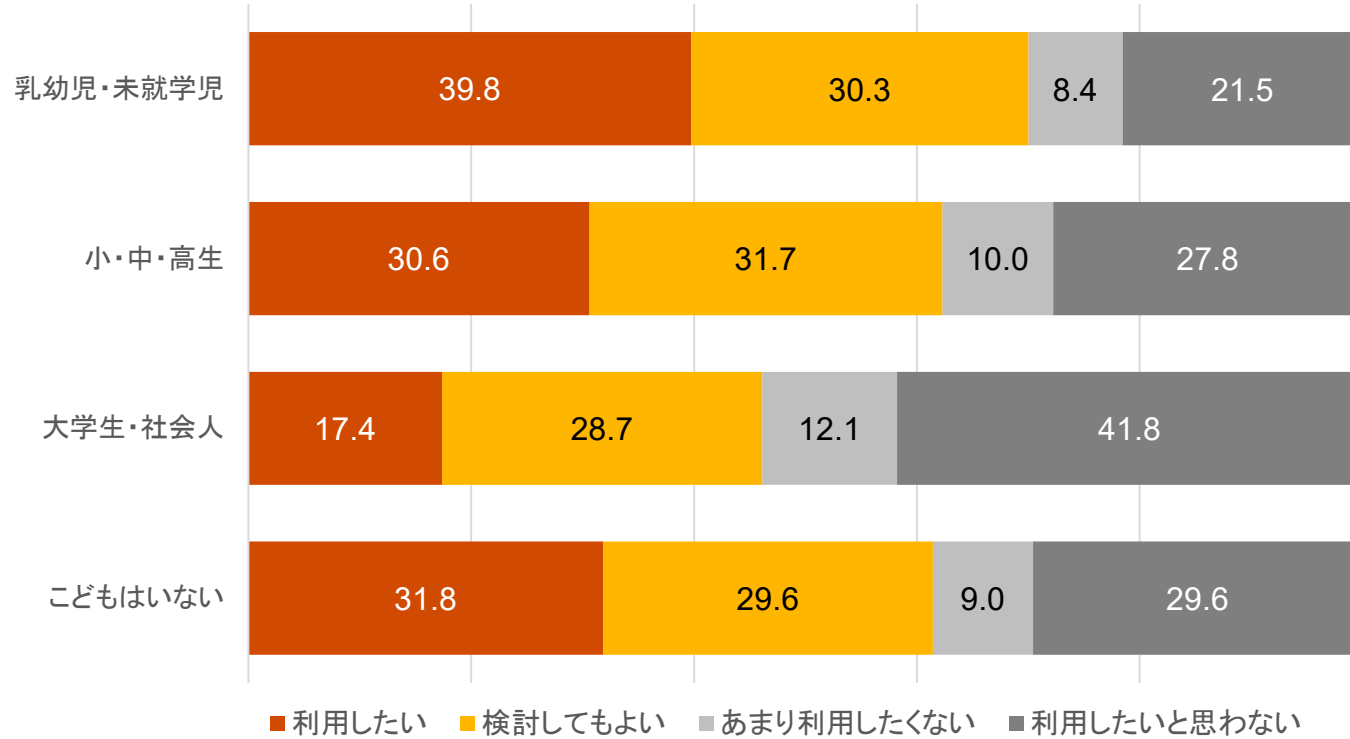
## “利用に前向きな意見”



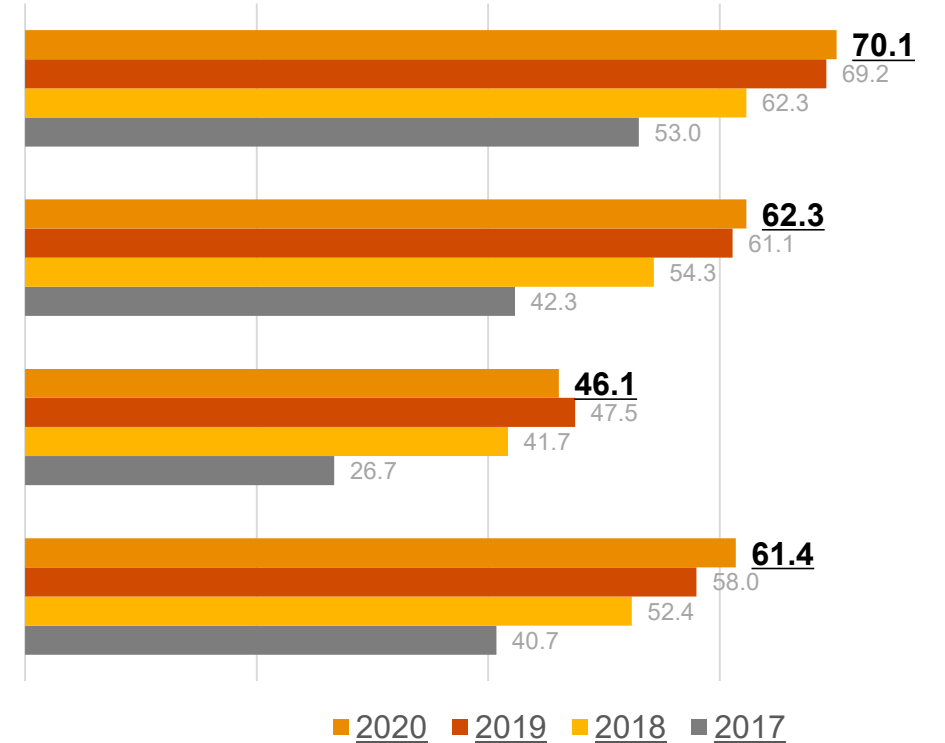
シェアエコサービスの「(サービス・製品の)利用者」としての利用意向を年代別に見ると、若年層ほど高い。「利用に前向き」な意向については、前回調査までは全世代で増加傾向であったが、今回は世代が上がるごとに伸び率が鈍化し、50代以上では減少に転じている。

# 1-4 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用意向③ 子供の有無(対象:全員)

「シェアリングエコノミーのサービス」の「利用者」としての利用意向  
子供の有無・子供の世代別(複数回答可) (N:10,001)



## “利用に前向きな意見”

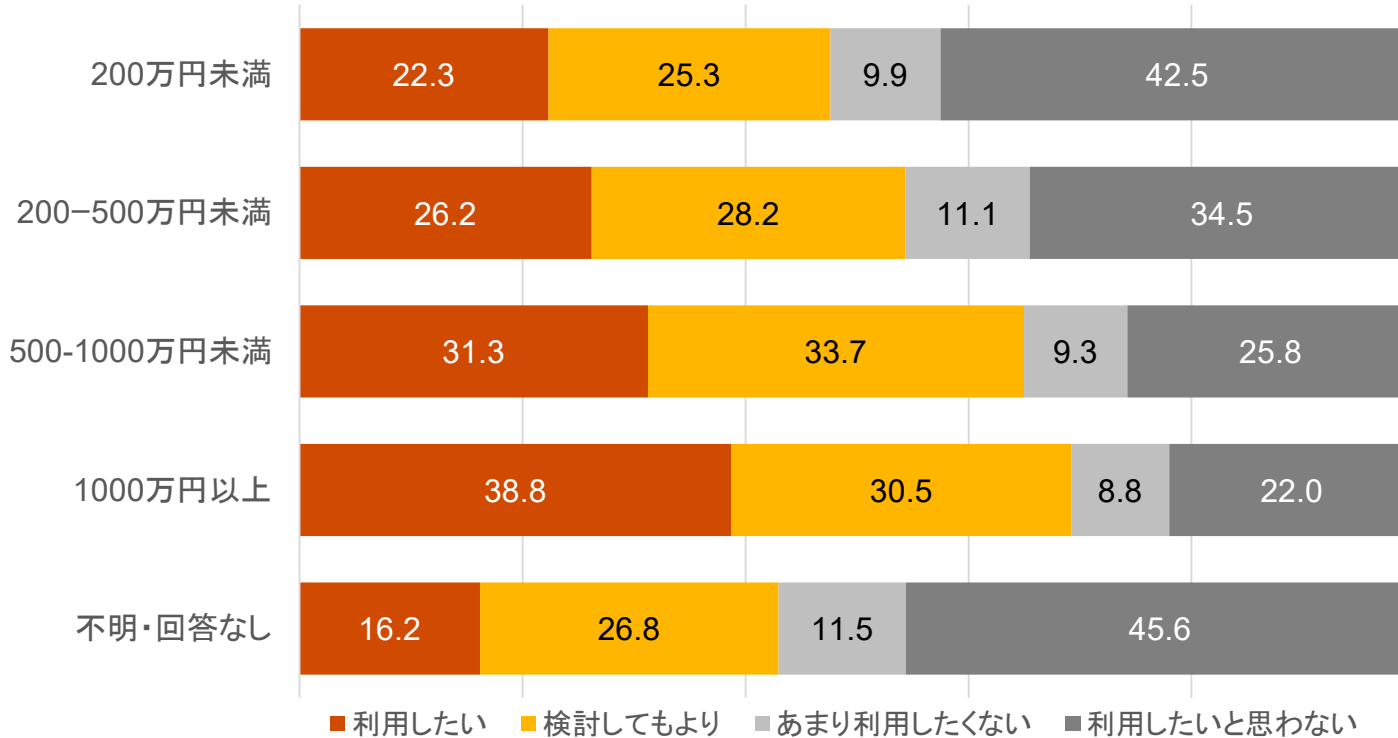


2019年はN:10,029、2018年はN:9,918、2017年はN:9,707

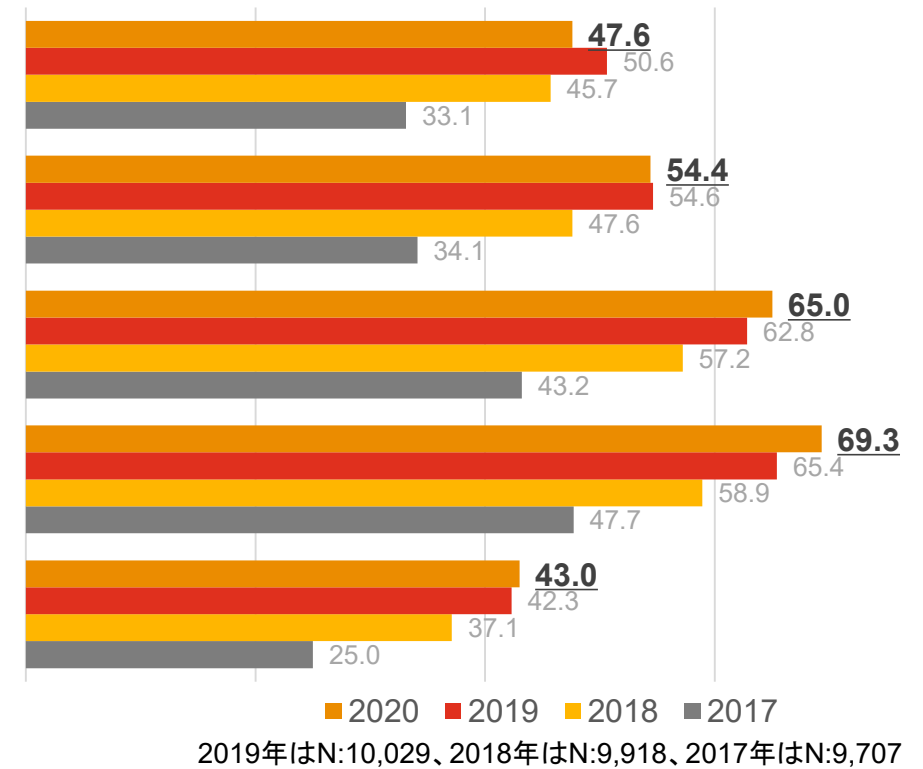
シェアエコサービスの「(サービス・製品の)利用者」としての利用意向を世帯の構成(こどもの有無、等)別に見ると、「利用に前向き」な意見については凹なグラフの傾向は例年と変わらないが、増加率が減少し、「大学生・社会人」の子を持つ世帯においては減少している。

## 1-4 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用意向④ 世帯年収別(対象:全員)

「シェアリングエコノミーのサービス」の「利用者」としての利用意向  
世帯年収別 (N:10,001)



“利用に前向きな意見”



シェアエコサービスの「(サービス・製品の)利用者」としての利用意向を世帯年収別に見ると、「利用に前向き」な意見については凸なグラフの傾向は例年と変わらず、世帯年収が「1,000万円以上」の世帯では7割近くに到達している。



## 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 調査結果 2

サービスの 카테고리別

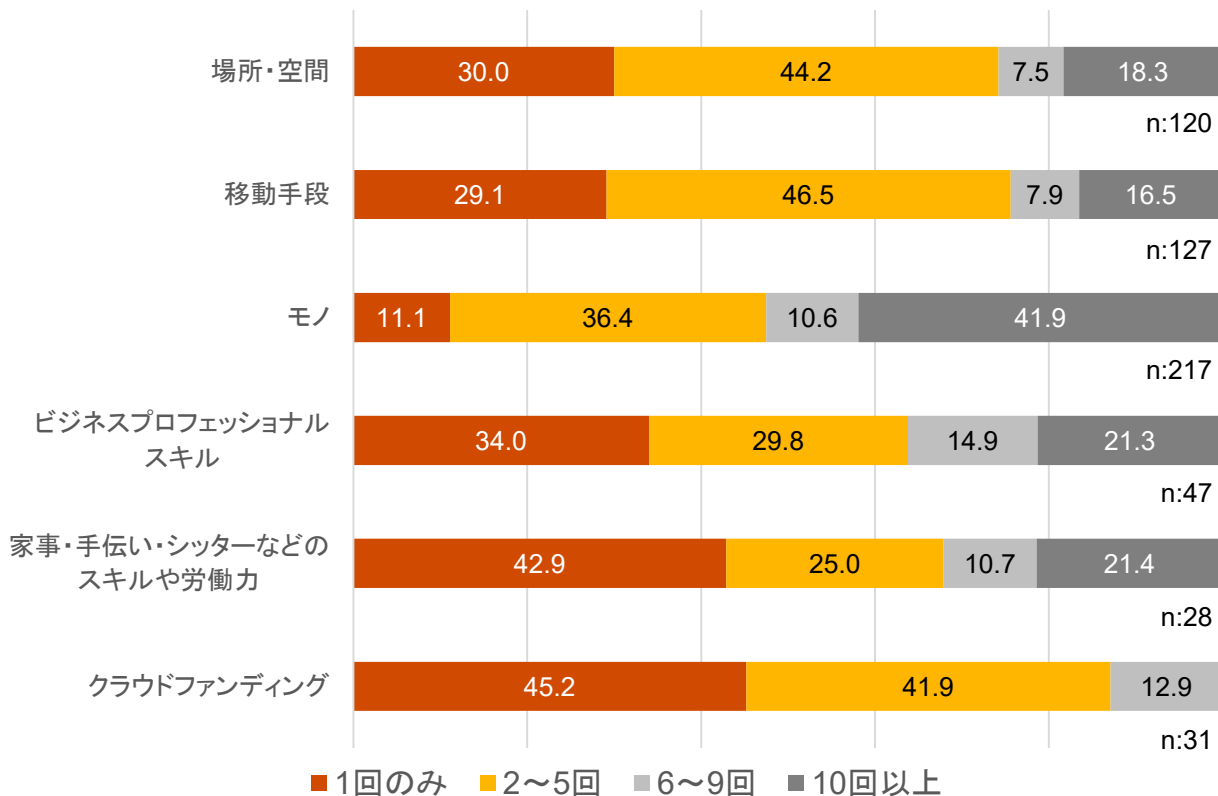
<対象>

全回答から抽出した計2,000サンプル

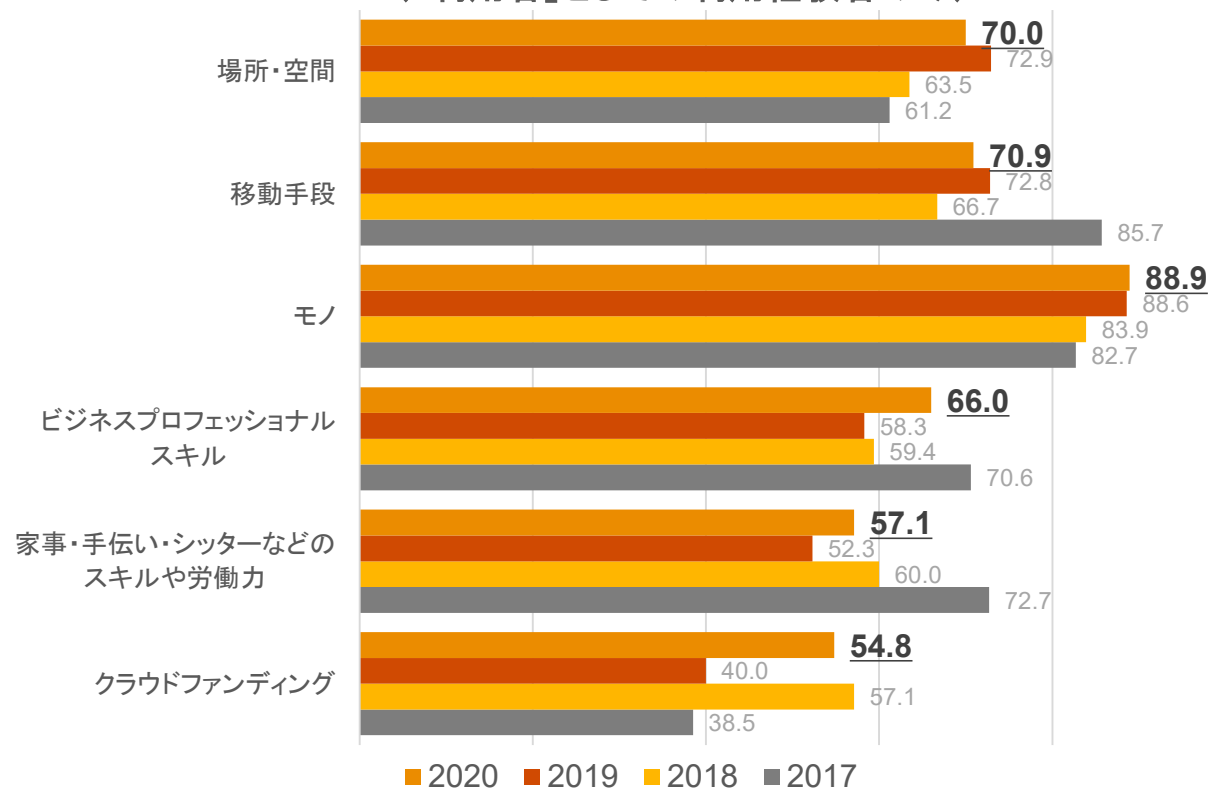
- ① シェアリングエコノミー認知者： 1,000
- ② シェアリングエコノミー非認知者： 1,000

## 2-1 「シェアリングエコノミーのサービス」の利用回数 カテゴリー別(対象:「利用者」としての利用経験者のみ)

シェアリングエコノミーのサービスの利用回数  
(「利用者」としての利用経験者のみ)



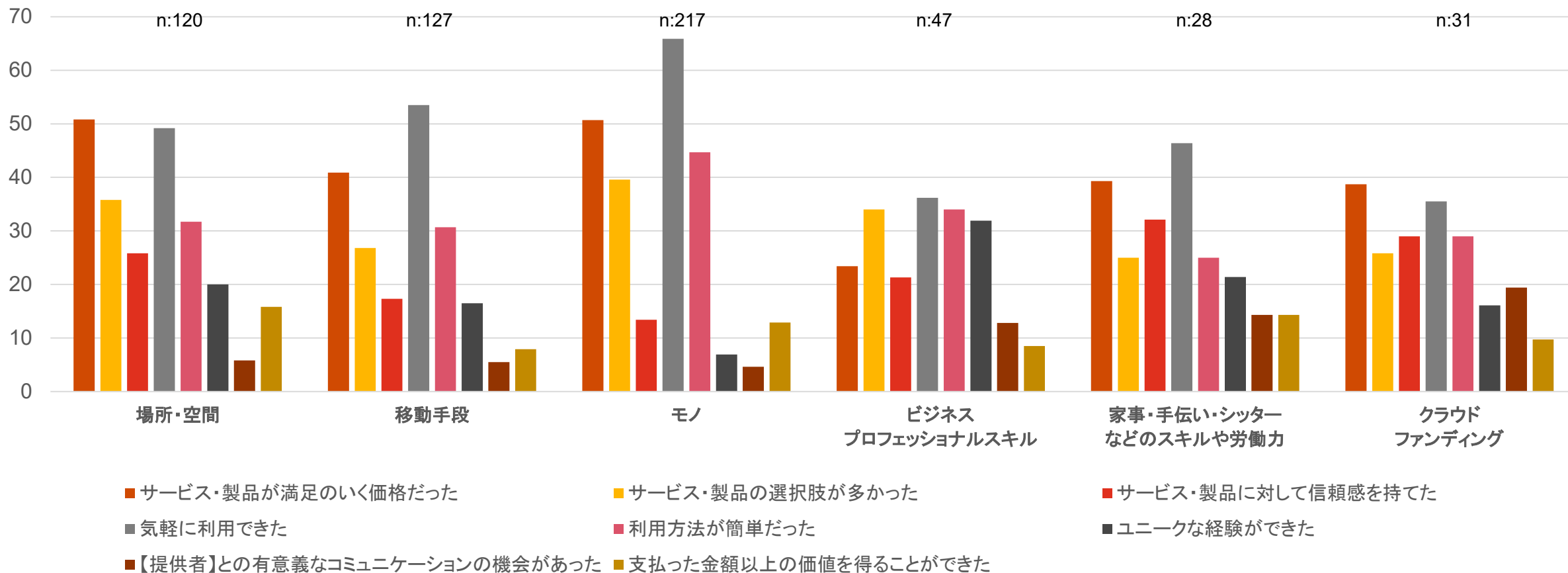
シェアリングエコノミーのサービスの複数回利用者割合  
(「利用者」としての利用経験者のみ)



シェアリングエコノミーの「サービスの利用者」としての経験者にその回数を聞くと、複数回経験者が増加していた「場所・空間」で減少し、複数回利用者が減少していた「ビジネスプロフェッショナルスキル」「家事・手伝い・シッターなどのスキルや労働力」のスキル系カテゴリーで増加する結果となった。

## 2-2 「シェアリングエコノミーのサービス」を利用してよかった点 カテゴリー別(対象:「利用者」としての利用経験者のみ)

「シェアリングエコノミーのサービス」を利用してよかった点



シェアエコの利用経験者に利用してよかった点を聞くと、「気軽な利用」を評価する意見が多く、次点に「サービス・製品の価格満足」「サービス・製品の選択肢の多さ」となっている。他方、「提供者との有意義な交流」「価格以上の価値」のスコアが低く、利用者やリピーターのさらなる増加に必要な課題が見られる。

## 2-3 「シェアリングエコノミーのサービス」を利用するメリット カテゴリー別(対象:全員)

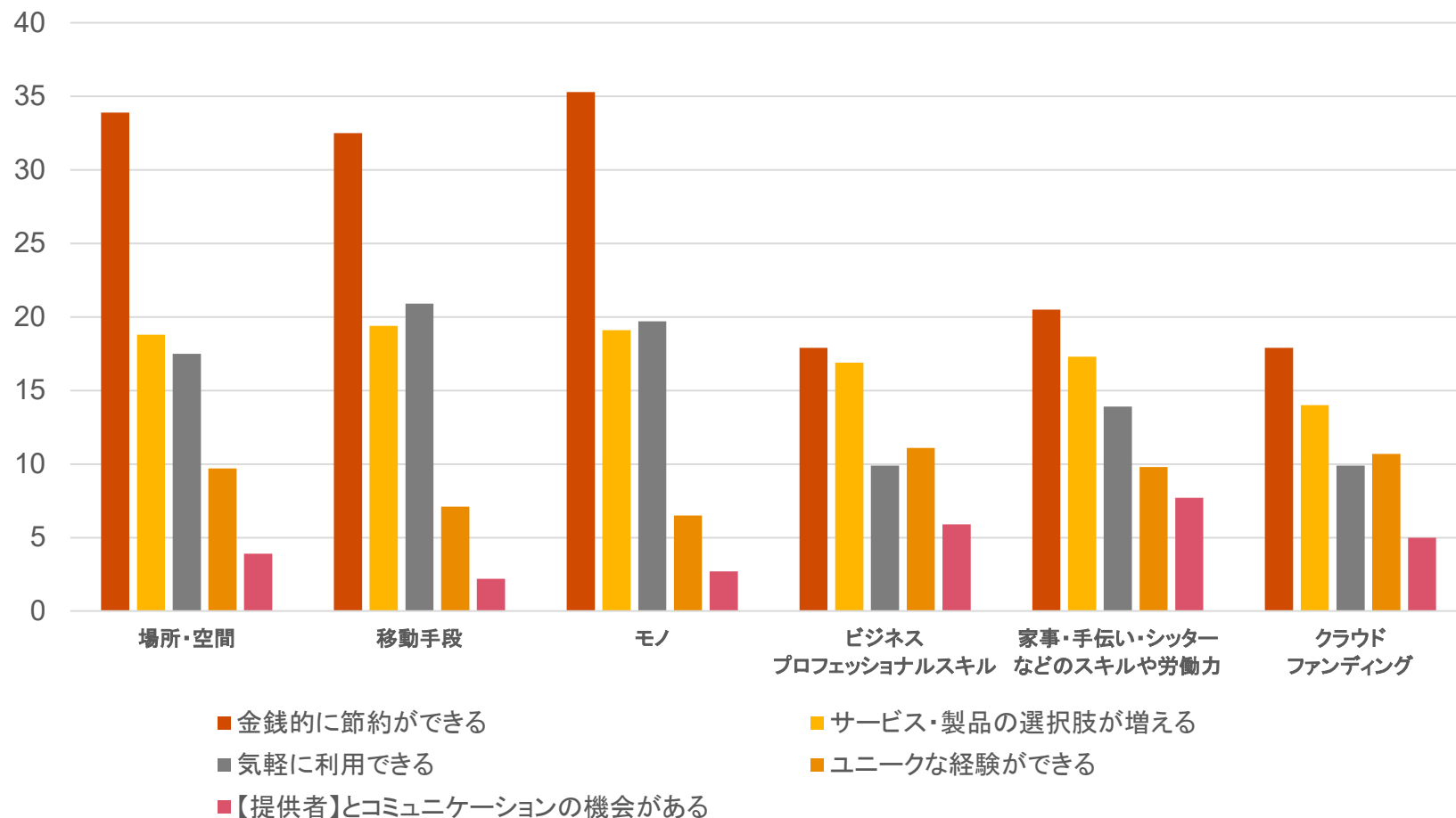
# 金銭的な 節約

シェアリングエコノミーのサービスを「利用者」として利用する場合のメリットについて聞くと、

全てのカテゴリーにおいて「金銭的な節約」が最多。

なお、スキルシェアの2カテゴリーは、選択肢の多様化を期待する声が金銭的メリットに拮抗している。

「シェアリングエコノミーのサービス」を利用するメリット  
（「利用者」として、N:2,000）



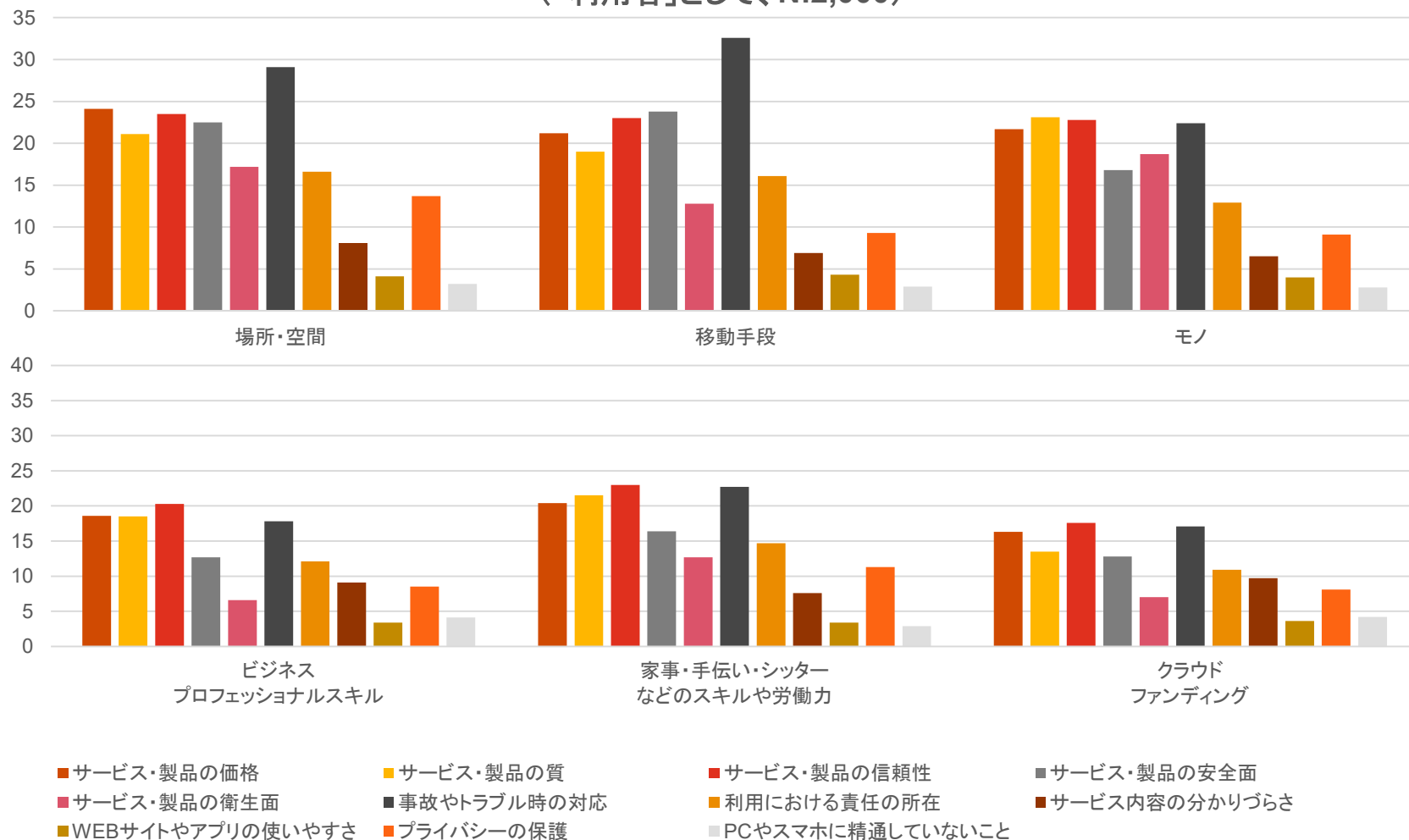
## 2-4 「シェアリングエコノミーのサービス」を利用する場合の懸念事項 カテゴリ別(対象:全員)

# 信頼性と トラブル時の 対応

シェアリングエコノミーのサービスを「利用者」として利用する場合の懸念点について聞くと、

「サービス・製品の信頼性」「事故やトラブル時の対応」が特に多く、価格や品質、衛生面に関する声も多い。

「シェアリングエコノミーのサービス」を利用する場合の懸念事項  
 (「利用者」として、N:2,000)





# 3

## 国内シェアリングエコノミーに関する意識調査 調査結果 3

### <対象>

全回答から抽出した計2,000サンプル

- ① シェアリングエコノミー認知者： 1,000
- ② シェアリングエコノミー非認知者： 1,000

### 3-1「シェアリングエコノミー」が日本経済・社会に与える影響①（対象：全員）

# 61.7%

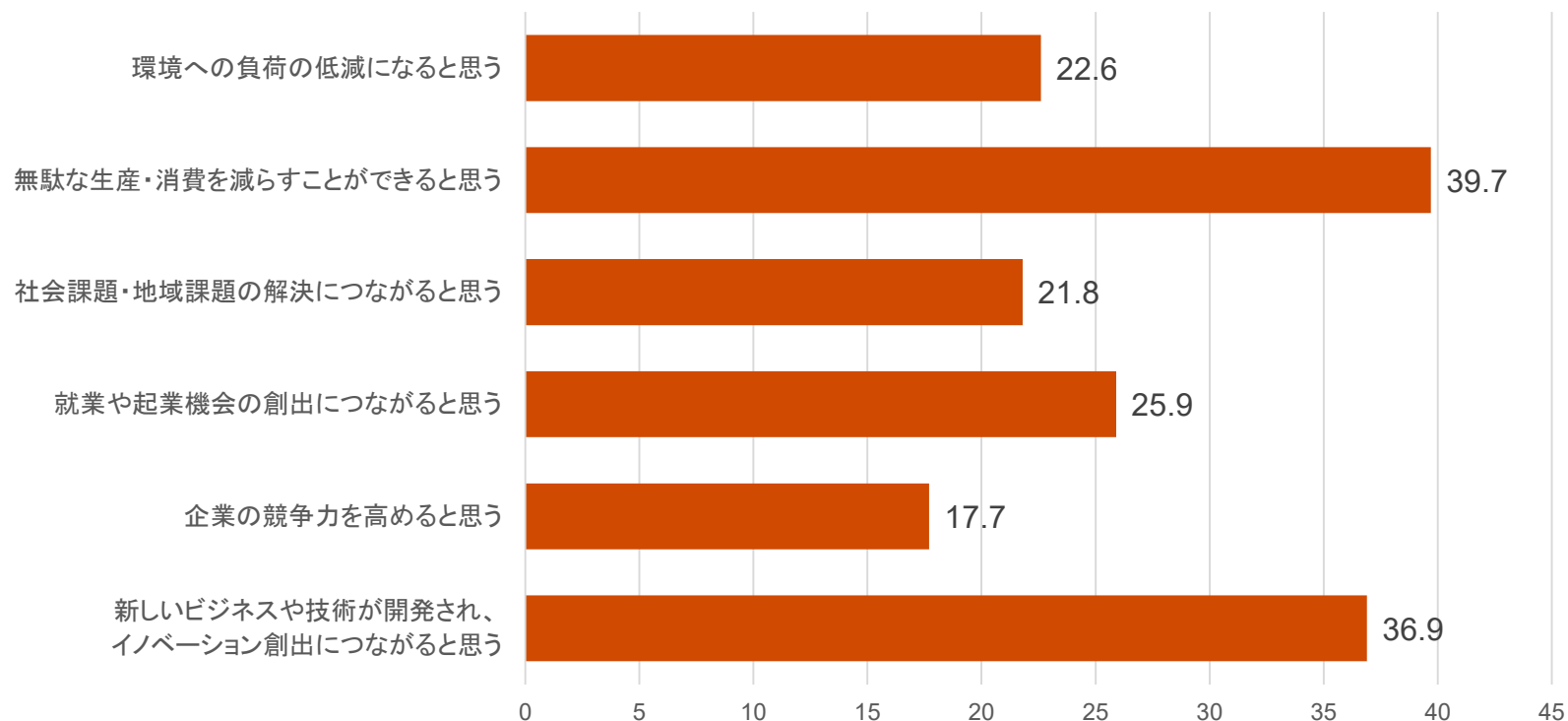
回答者の6割が、「シェアリングエコノミーの発展は日本経済・社会に影響がある」と認識している。

「影響がある」とした人の回答内容は、「無駄な生産・消費の低減」「イノベーション創出」が多く、3割を超えた。

#### 「シェアリングエコノミー」の日本経済・社会への影響



#### 「影響があると思う」と答えた方の内訳（選択肢式、複数回答可）



### 3-1「シェアリングエコノミー」が日本経済・社会に与える影響② 年代別(対象:全員)

# サステナビリティ とイノベーション

「シェアリングエコノミー」の発展が日本経済や社会に影響を与える、と回答した者を世代別にみると、

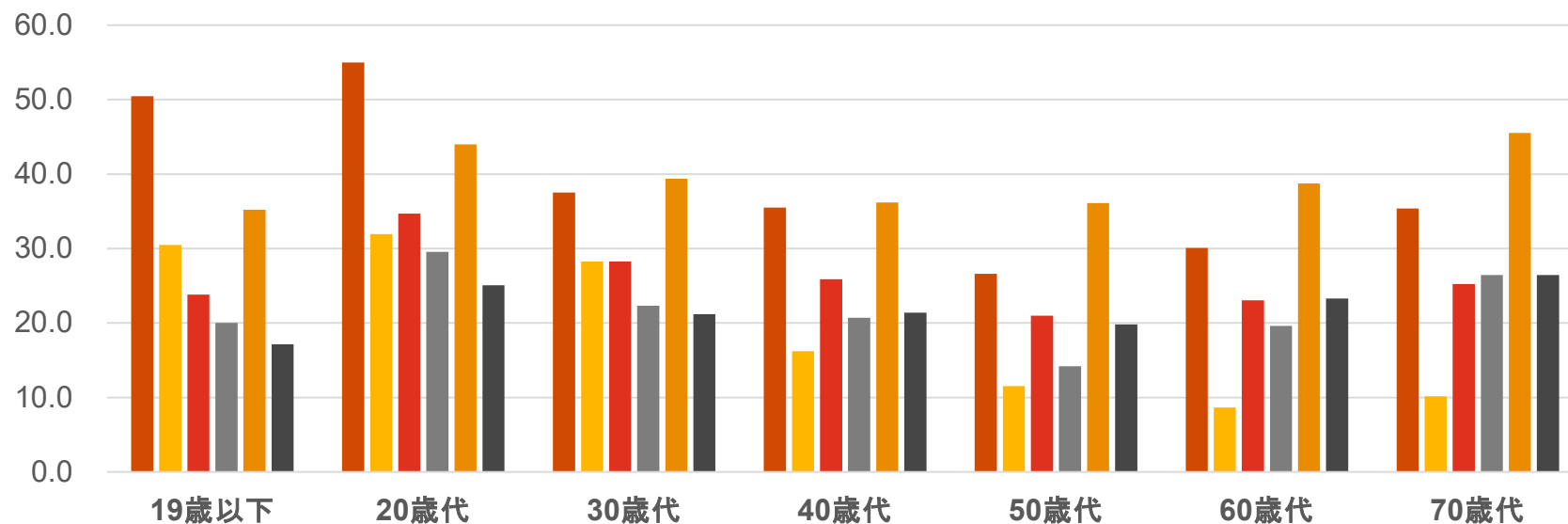
若い世代は「イノベーション創出」をより認識。

中高年・高齢層では「無駄な生産・消費の低減」をより認識。

(再掲)「シェアリングエコノミー」の日本経済・社会への影響



「影響があると思う」と答えた方の内訳 (選択肢式、複数回答可)



- 新しいビジネスや技術が開発され、イノベーション創出につながると思う
- 企業の競争力を高めると思う
- 就業や起業機会の創出につながると思う
- 社会課題・地域課題の解決につながると思う
- 無駄な生産・消費を減らすことができると思う
- 環境への負荷の低減になると思う

### 3-2「シェアリングエコノミー」の発展が自分自身に与える影響①（対象:全員）

# 55.2%

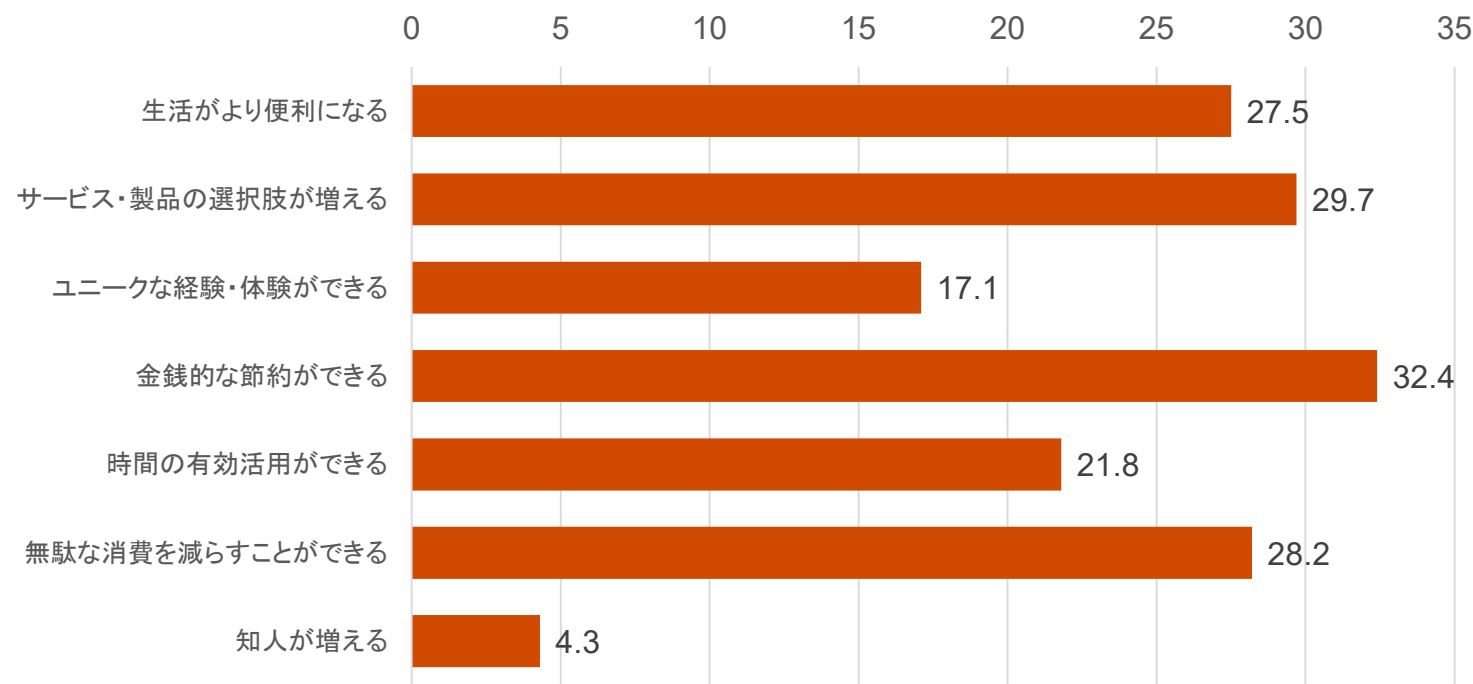
回答者の半数が、「シェアリングエコノミーの発展は自分自身に影響がある」と認識している。

「影響がある」とした人の回答内容は、「金銭的な節約」「選択肢の多様化」「無駄な生産・消費の低減」「利便性」が多かった。

#### 「シェアリングエコノミー」の自分自身への影響



#### 「影響があると思う」と答えた方の内訳（選択肢式、複数回答可）



### 3-2「シェアリングエコノミー」の発展が自分自身に与える影響② 年代別(対象:全員)

## 節約、多様化とサステナビリティ

「シェアリングエコノミー」の発展が自分自身に影響がある、と回答した者を世代別にみると、世代を問わず「節約」が好スコアとなるが、

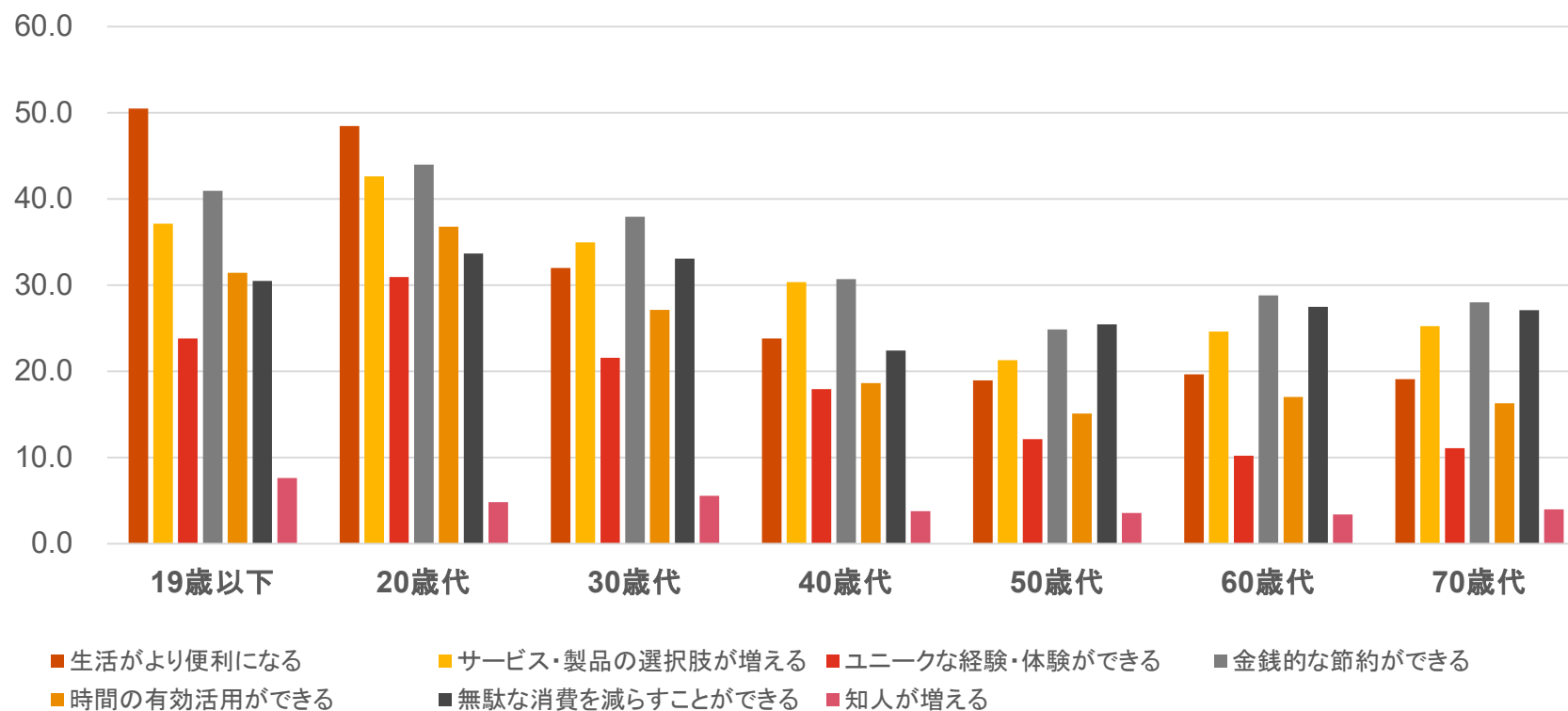
若い世代はより自身への影響を感じており、特に「利便性」「選択肢の多様化」をより認識。

中・高齢世代は「無駄な生産・消費の低減」をより認識。

(再掲)「シェアリングエコノミー」の自分自身への影響

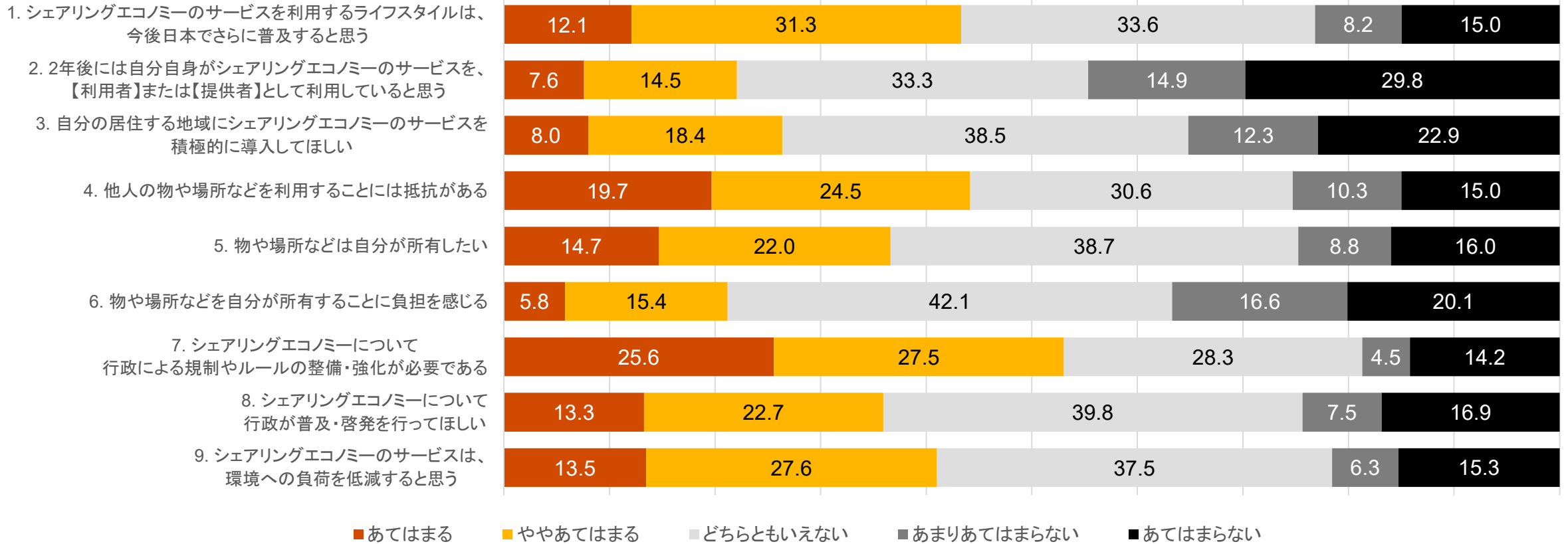


「影響があると思う」と答えた方の年代別内訳 (選択肢式、複数回答可)



### 3-3 「シェアリングエコノミー」について感じる事①（対象：全員）

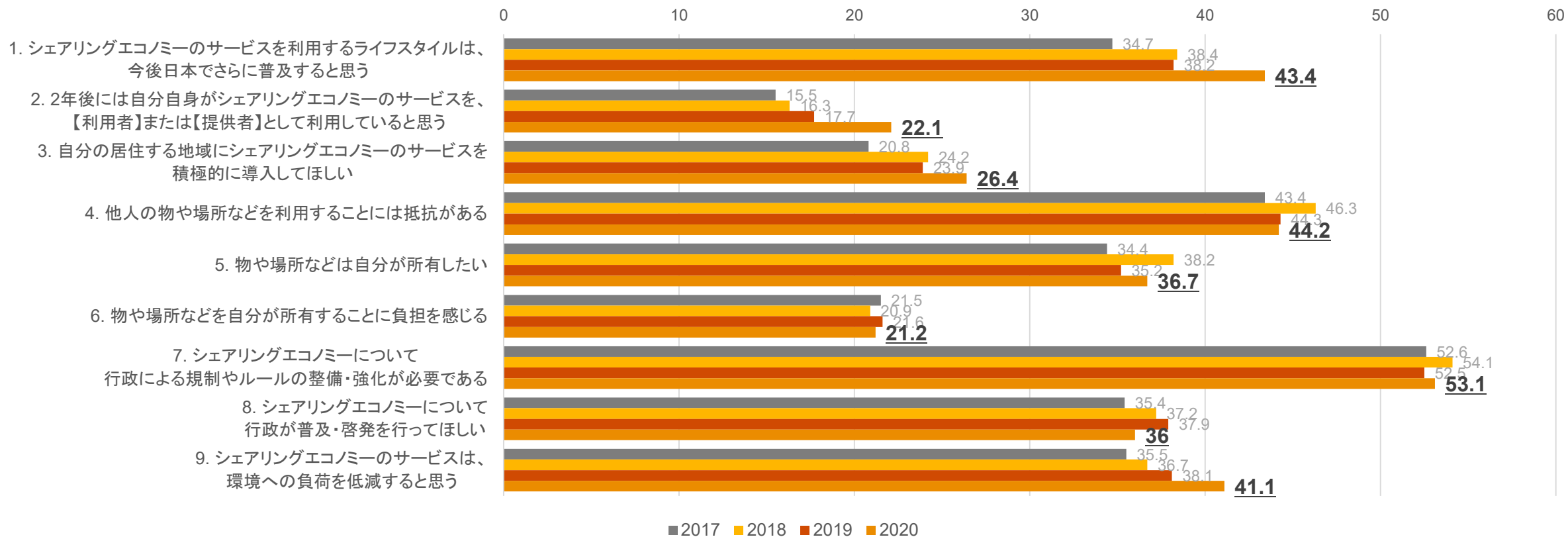
シェアリングエコノミーについて感じる事



シェアエコの影響や普及を40%以上が認める一方、2年後に自ら利用していると思うと回答したのは20%程度に留まっている。シェアエコの利用や普及を促進するためには、信頼や安心を担保するための規制・ルール整備と他人と物や場所をシェアする抵抗感という心理的バリアをクリアすることが求められる。

### 3-3 「シェアリングエコノミー」について感じる事② 【参考】過去の調査結果との比較（対象：全員）

「シェアリングエコノミー」について感じる事  
 （「あてはまる」「ややあてはまる」の合計）



シェアエコの影響や普及を認める人は40%以上へと大きく伸展、また、2年後に自ら利用していると思うと回答した人も20%程度に留まっているものの、前年と比較すると増加している。「環境への負荷軽減」という肯定的な認識を持つ人が増える一方、地域間格差を認識する人も増えている。

### 3-4「シェアリングエコノミーのサービス」利用時の「提供者」とのコミュニケーション（対象：利用経験者のみ、全員）

サービス・製品の提供者との  
交流があると答えたのは、

# 23.1%

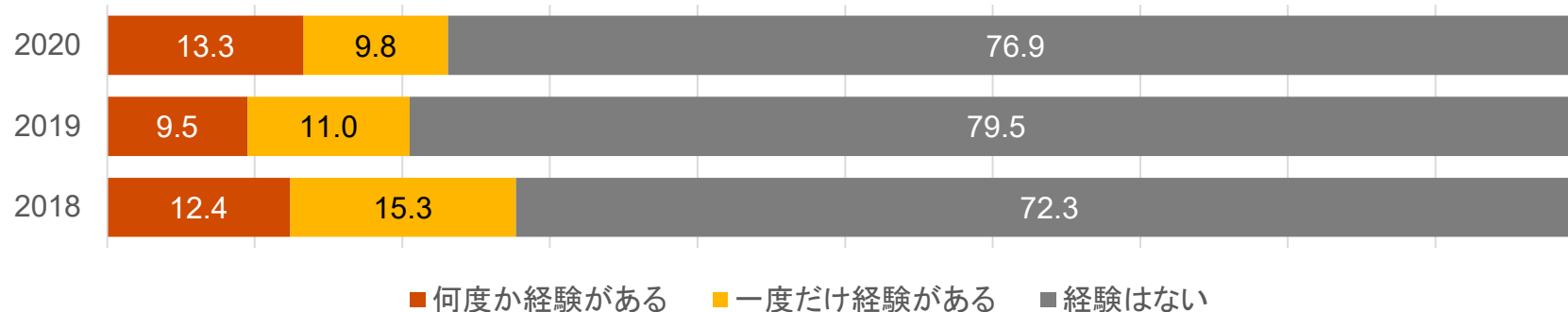
(前年比2.6)

サービス・製品の提供者との  
交流に抵抗があると答えたのは、

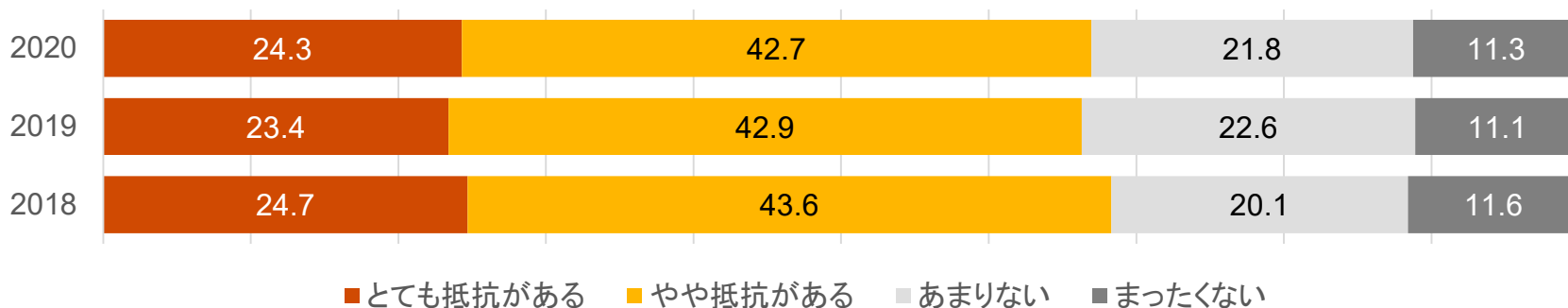
# 67.0%

(前年比0.7)

「シェアリングエコノミー」のサービス利用時の  
「提供者」との交流経験



「シェアリングエコノミー」のサービス利用時の  
「提供者」との交流への抵抗の有無(n:2,000)





### 3-5「民泊」の認知（対象：全員）

民泊について、具体的に知っている  
と答えたのは、

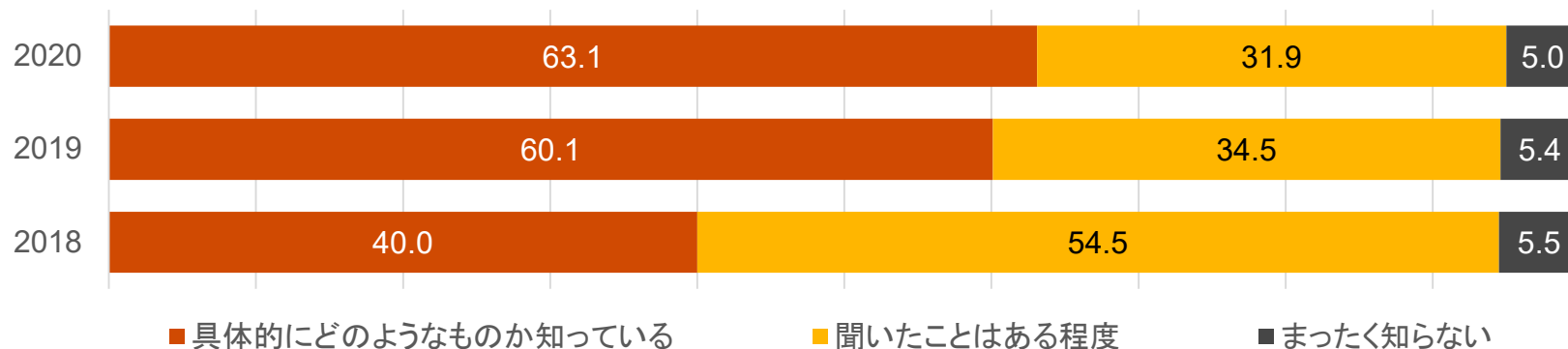
# 63.1%

（前年比3.0）

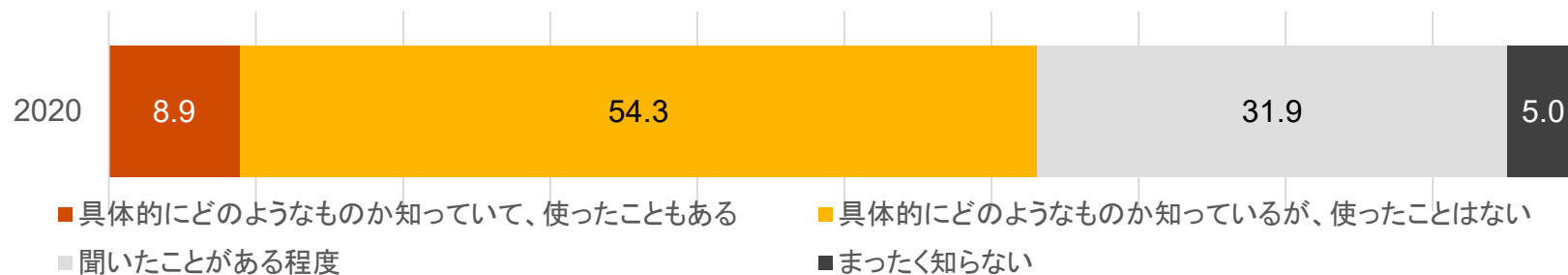
回答者の6割が、民泊を  
「具体的に知っている」と回答したが、  
利用に至ったのは全体の9%。

利用を促進するための具体的な対策  
が課題として見える。

#### 「民泊」の認知



#### 「民泊」の認知（2020年・詳細）



## 【参考】自由記述回答から①

### 日本でのシェアリングエコノミー普及に関するコメント(シェアリングエコノミー認知者)

性別	年代	自由記述
男	10	とても新しい発想で今までにない社会のあり方になると思いました
女	10	不安なことしかないから利用しないかも
男	20	エコ活動に協力したいがなかなか難しいところがあるから、シェアリングエコノミーは手軽に始めやすいのもあって良いと思う。シェアリングエコノミーを一度やってみたが良い感触だった。続けていきたいとおもう。シェアリングエコノミーは良いと判断できる
男	20	利用者側、提供者側どちらサイドでもプライバシーの保護はしっかり行わないと、犯罪に巻き込まれる可能性が懸念されると思う
女	20	需要が増えているが海外より浸透は遅いと思う
女	20	未経験の人が始めやすいようになってほしい
女	20	一期一会でいろんな人に会えるのが良い
女	20	利用は割と気軽に出来るが、提供となると相手をどのように信頼してよいのか基準が難しい
女	20	他人と何かを共有するにはかなりの数や精度の高いルールが必要になり、それを決定するにも妥協点を見つける事が大変になる。結局便利なのか不便なのか分からない印象
女	20	安全面、衛生面の配慮がなされれば是非利用してみたい
男	30	もっと普及してほしいと思うが、安全面でのセーフティネットの拡充が必要。トラブルがあった場合の対応を提供会社等が保証してくれればもっと普及する
男	30	個人の特技を活かして人の役に立てるのはいいと思いました
女	30	知るきっかけとなる提供の場が少ないので、もっといろんなサービスの総合的なサイトや宣伝があると利用として検討すると思うのでしてほしい
女	30	見ず知らずの人と物やサービスを共有した場合に起こるトラブルにどう対処するのが明確にされていれば、多少安心できる。責任の所在がはっきりしていなければ、利用できない

性別	年代	自由記述
男	40	良い面だけが目につき、マスメディア等で紹介されるが、実際はトラブル山積のサービスであるとする
女	40	社会的信頼度が増すことで利用者が増えるものと思う
女	40	地方のサービスの遅れが気になります。首都圏でやって良かった物、便利なものは速やかに地方でも導入されると嬉しいです
女	40	抵抗がない人にとってはいいサービスかもしれないが、個人的には抵抗が大きい。素人とプロの間に位置する他人(身元保証は誰がする?)・技術(スキルの保証は誰がする?)・製品(メンテナンスは所有者任せ)をどこまで信用できるのか?
男	50	多くのサービスでは調整役の人間が必要なので、その人件費を考えると安く提供出来るか微妙。結局買った方が安いということになる
女	50	シェアリングエコノミーは時代の流れと考えていたが、今回の新型コロナウイルスによりモノに対するシェアリングには抵抗感が高くなるのではないかと危惧します
女	50	トラブルが発生した際の保険があれば良い
女	60	シンプルな生き方がしたい方には良いサービスだと思う
女	60	持っている者がもたざる者に提供出来る事は、いい事だと思う。特に子育て支援は、自分が行っており、いい時間を過ごす事ができて相手にも喜んで貰えていい体験だと思います
女	60	環境負荷軽減の観点から成長分野になると考える。法的トラブル回避のため、政府の一定の関与、法的基盤づくりが必要。中国の状況からプライバシーをどう担保するかも重要
女	60	新型コロナのような感染症が発生した場合などの対応方法を事前に検討すべき
男	70	安全で安心して使えるか。安全で安心を提供できるか。人により差があるので心配
男	70	経済的な利点はあると思うが、トラブルの問題が心配である。トラブル対策などのルールを明確・対策をつくる必要があると思う
女	70	無駄の排除という観点から今後国の主導で積極的に展開して欲しい
女	70	高齢になり、庭の手入れや家事を安くしてくれる人がいれば助かる

## 【参考】自由記述回答から②

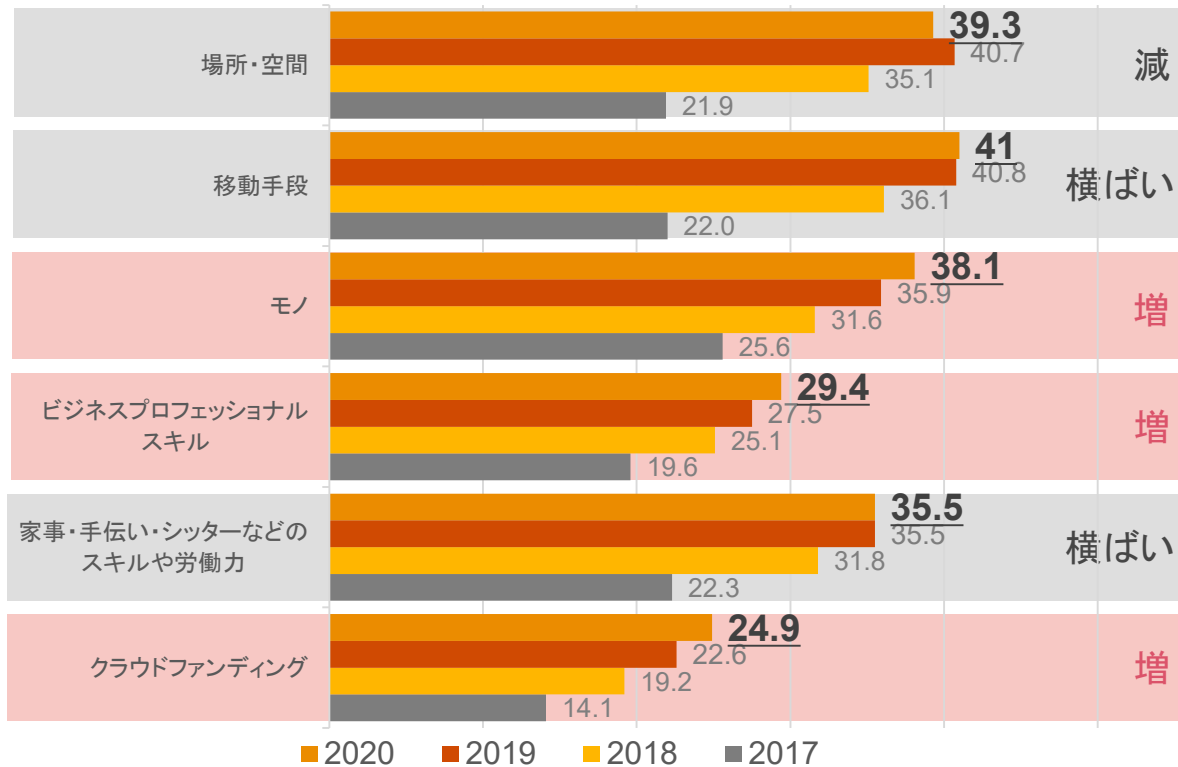
### 日本でのシェアリングエコノミー普及に関するコメント(シェアリングエコノミー非認知者)

性別	年代	自由記述
男	10	ルールを守って利用者、提供者が問題なく快適に使えればいいと思う
男	10	トラブル発生時の責任の所在や、完全なプロフェッショナルでない人材を使うことのリスクなど、考えるべきことは多くあるように思う
女	10	あまり社会に浸透していない印象。なので、シェアリングエコノミーがどういったサービスなのかを明確に、幅広く情報発信が必要だと思う
女	10	相手の顔が見えないところは危険だという考えもあるが、ネットを使って利用や提供が簡単にできるし、製品の取引の場合環境への負担も軽減できるので、安全に使えるよう規則をしっかり定めながら利用を促進してもらいたい
男	20	安全性がまだまだ不透明だと思う。制度がきちんと整備されて、安全性が確実になればより一層浸透すると思う
男	20	自分の知識や経験、他社の知識、経験を共有出来ることは素晴らしいと思う
男	20	無駄な出費が減り、家計に優しくなる。人はこれから物事を購入し、所有する時代から物事を利用して経験する時代になってくると思う。その経験が所有することより価値があると思う人が増えてくると思う
女	20	持て余していた時間や、能力、資産を活用でき、それが有効に使われるのであれば、エコなことだと思う。ただ、その道に精通していない素人が行うことによって起こるトラブルにも対応できるようになったら、より様々な人が使いやすいのではないかなと思う
男	30	プライバシーや製品、ビッグデータの安全性が必須かと思われます。どう利用できて、どう利用されるか明白でないと、一般化や定着は難しく感じる
男	30	初めて使うまでの敷居を越えれば便利に活用できると思う
女	30	インターネットを通じて知り合った個人と、具体的な物を通して関わることには不安を感じる。しっかりとしたルールがあり、保障もしっかりしていれば良いと思うが、その判断基準がわからない
女	30	トラブルが発生しやすそう。利用者も提供者も身元がしっかりした人が利用してほしい

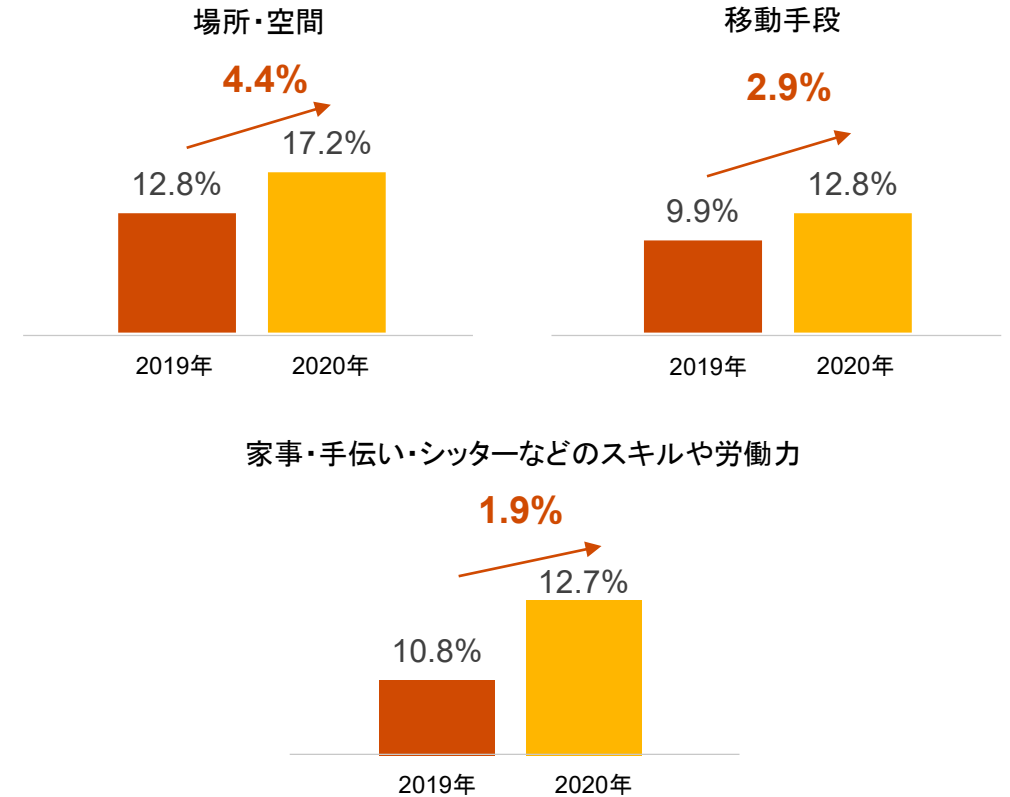
性別	年代	自由記述
男	40	コロナの影響もあるので、今は、安全性が特に問われると思います
女	40	コロナの影響で利用者が激減しそう
女	40	損得ではなく、環境に配慮出来るようなサービスであれば不得意な分野でも取り入れてみたいと思う。感染症の影響で生活そのものに対する考え方が大きく変わりつつある。そういう国民も多いと思う
女	40	田舎なのでサービスがぜんぜん普及していない。使ってみたくても存在しないので仕方がない
男	50	トラブルのとき、運営会社の人とチャットとかメールだけでなく、電話や面談して話ができるようにしてほしい
男	60	責任の所在が明確にされなければ普及も進まない。提供する側は品質の保証を、提供を受ける側は善良な管理者責任の順守を、行政はトラブル解決のルールを明示する必要がある
男	60	新型コロナウイルスのため、今はシェアに抵抗感が強い
男	60	プロのレベルの提供者がどれだけいるか!?が課題である。利用者は不安であり、提供者になっても利用者に満足を与えることは困難である
男	60	個人としては、利用の範囲は小さい。むしろ、企業にニーズが多きと思う
女	60	他の個人の物を使うのは抵抗があるので、企業や公共の物ならばいいかなと思う
女	60	ペーパーレスなのが心配。プリンター機能の機械もないと契約の証拠がないのが不安
女	60	人口の多い所ではシェアリングも色々使い勝手が良く、若い世代では利用者も多いようですが、地方の人口の少ないところではシェアリングそのものがありません。ネットを使ってシェアリングに参加できるものもありますが信用と安全面で躊躇してしまいます
男	70	相手が信用できるかどうかの客観的な判断基準が欲しい
女	70	人とシェアするという経験に乏しいので、なかなかなれない。無駄を省かなければというは思っているのですが

## 【参考】新型コロナウイルスがシェアリングエコノミーに与えた影響 カテゴリー別の变化

### (再掲)“利用に前向きな意見”



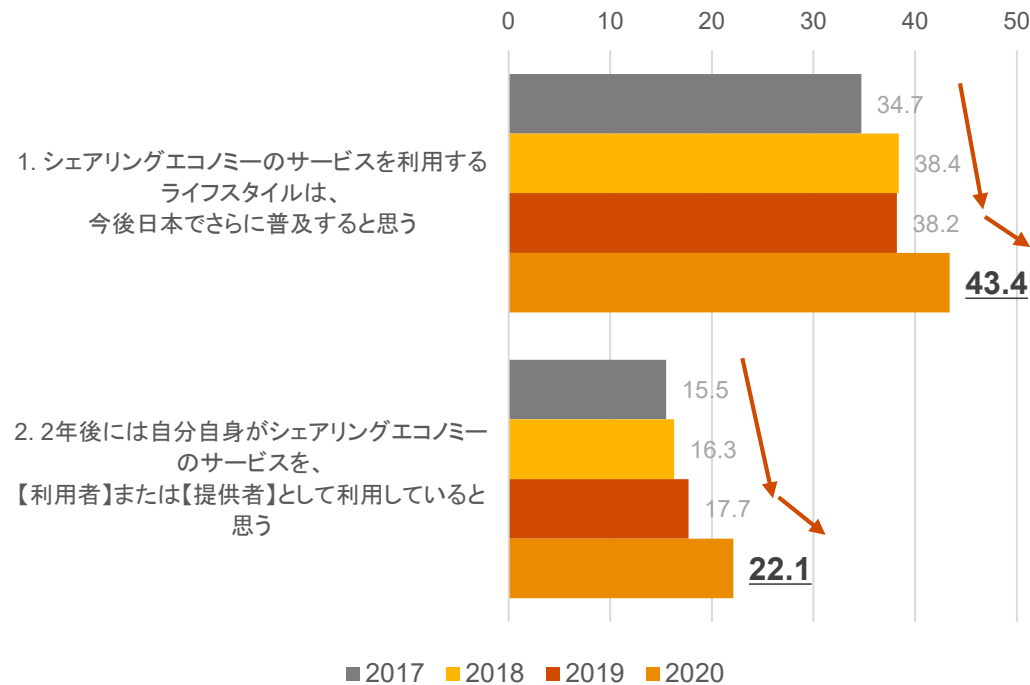
### 衛生面への懸念



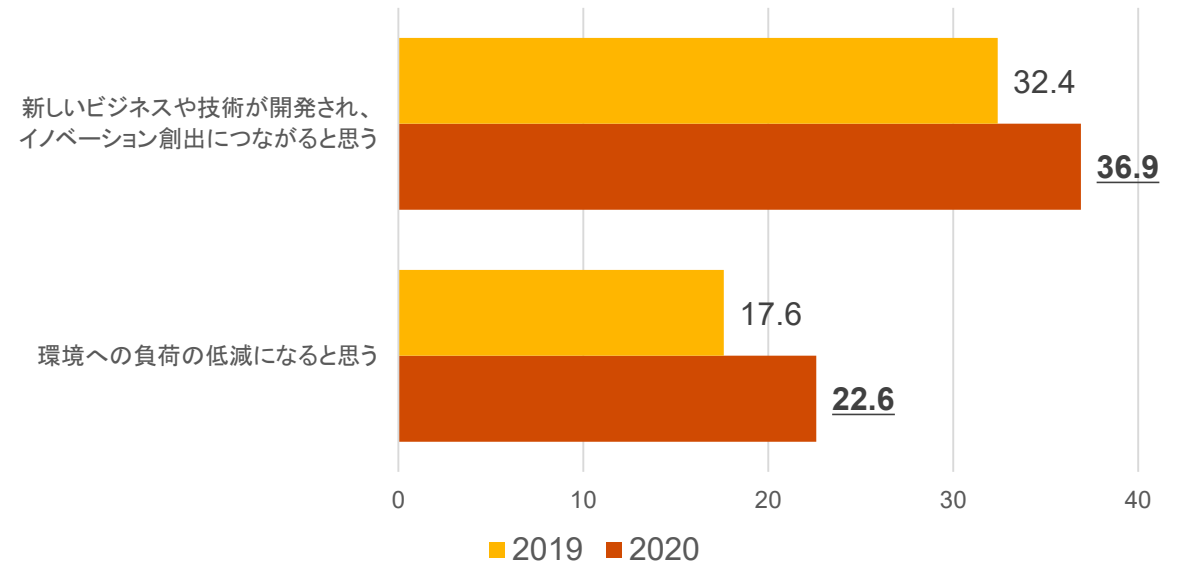
人との直接の接触・人との空間の共有を伴うシェアリングでは利用意向が減少し、他方、無形資産や「モノ」のシェアリングでは利用意向が増加している。前者カテゴリーの利用における懸念事項を見ると、他の懸念事項と比較して「衛生面」と答える人の割合が増加していること(いずれのカテゴリーでも、最ももしくは二番目に対前年増加率が高い)から、新型コロナウイルス感染拡大の影響を受け、利用意向が変化したものと思われる。

# 【参考】新型コロナウイルスがシェアリングエコノミーに与えた影響 シェアリングエコノミーに対する意識の変化

(再掲、一部抜粋)「シェアリングエコノミー」  
について感じる事  
(「あてはまる」「ややあてはまる」の合計)



(再掲、一部抜粋)「シェアリングエコノミー」の日本経済・社会への影響  
「影響があると思う」と答えた方の内訳 (選択肢式、複数回答可)



新型コロナウイルス感染症流行後、シェアリングエコノミーの普及を認める声や利用意向は大幅に増加している。背景には、シェアリングエコノミーが日本経済・社会に与える影響として特に「イノベーション創出につながる」「環境負荷の低減」と答える人が増加していることから、新型コロナウイルスの影響を受け、「多くのビジネス・産業が変化し、「イノベーション創出」への期待が高まっている」、また、「モノの生産が一時的に減少したことで環境へのプラス効果があったことから、「エコ意識」が高まっている」という意識変容があると思料する。

4

オピニオン・寄稿



4回目を迎えた今回の調査であるが、日本のみならず世界が大きな変化にさらされている最中に行われた。その変化は非常に広範囲にわたりさまざまな影響を現在も与え続けている。思えば人類は様々な危機を経験してきた。近年では9.11同時多発テロ、リーマンショック、東日本大震災などが挙げられるであろう。我々は苦しみながらもなんとかそれらの危機を乗り越えてきた。しかしながら、今回のコロナショックとも言うべき事態ほど、世界同時多発的かつ社会全体に大きな変化をもたらす危機は近年なかったのではないだろうか。ヒト、モノ、カネ、情報が自由に飛び回るグローバル化やデジタル社会といわれて久しいが、今回が今までの危機と大きく違うのはヒトだけが完全に動けなくなるという点である。今まで当たり前のように考えていた人の移動や集まりが完全に封じ込まれ、国際的な移動どころか国内や家からの移動ができないという状態になったのである。そして、このような社会が濃淡はあれど、今後も続いていくと言われている。

ところがそんな中でも情報だけは自由に動き回っている。これはひとえにテクノロジーの発達による部分が多い。たかだか10年前に同じような事が起きたと想像してみても欲しい、スマホもネットワーク環境もSNSの発達も今ほどではない状況でリモートワークをはじめとする生活ができたであろうか。奇しくも今回の危機は我々がデジタル社会の真っ只中にいるという事をあらためて認識することにもなったのである。

さて、そんな中でシェアリングエコノミーである。安全や衛生面でシェアリングビジネスは苦境に立たされているというニュースも多く聞かれた。確かにライドシェアの苦戦などは直撃的な影響を受けているであろう。人の移動がないのだから当然である。しかし人が動かない中でモノの移動に大きな機会を見出しているのも事実である。レストランからのデリバリーサービスの自転車が走っている姿は明らかにコロナ前より増えているし、時限処置ではあるが規制を変えて、ヒトを運んでいたタクシーがレストランのデリバリーができるようになった。また働き方が変わることにより、雇用のあり方が人のシェアビジネスを促進するかもしれないし、東京から地方への分散も進むであろう。そうすると今まで活かされていなかった不動産や資産がシェアオフィスなどに活用される機会も増えていこう。災害へのシェアビジネスの活用も毎年のおこる水害への対応に有効な手立てとなっていこう。このように形を変えてシェアリングエコノミーは新たな価値を生み出す機会が増えていくと考えられる。

私はシェアリングエコノミーの発達の3つの要素として、景気の低空飛行、デジタル社会、ミレニアル世代をあげていたが、このコロナショックもおなじような条件で社会を変えていくと考えられ、シェアリングエコノミーとの親和性は高いのではないかと考えている。また未曾有の危機によって激しい競争や自己責任論から助け合いの精神などが主流になれば共有の意識はより高まるかもしれない。コロナ禍においてクラウドファンディングがあらゆる分野でポピュラーになりつつあるのも一例であろう。そして、ヒトを介さないことが主流になるのであれば、より一層、リアルな世界が重要になり、人間性が大事になるかもしれない。

資本主義の構造を変えてしまう勢いであったシェアリングエコノミーが、今起こりつつある大きな社会構造の変化の中でより進化していくような気がするのである。

野口 功一 (のぐち こういち)  
PwCコンサルティング合同会社 常務執行役 パートナー



今回の調査結果で、シェアリングエコノミーの認知度が4人に1人と横ばい、また伸びが鈍化しているのは、日本において利便性の高い社会的なサービスがまだ浸透していないということが挙げられるのではないのでしょうか。

シェアリングエコノミーの概念は今の時代にマッチしており、意欲的なサービスを提供しようとする企業や試みがあるにもかかわらず、さまざまな規制や制約によってなかなか実現に至らないことが背景にあります。

一般のドライバーが自家用車を使って有償で運ぶライドシェアは禁止されていますし、民泊は180日の営業日数制限があります。前者で言えば、過疎や高齢者の多い地域では、交通手段として生活を助け社会課題の解決にもつながり、全国での需要が高いはずですが、一部緩和措置があるとはいえ、利害関係者の合意形成など条件が課されているため、サービスを提供したい企業がありながらも、実現できないでいます。

さらに、調査結果によると、今回の新型コロナウイルス感染症の拡大によって、「衛生面」からシェアリングエコノミーのサービスの利用を懸念し、一部の分野で利用への前向きな意見が減るなどの影響も出ています。このため、コロナ禍では、シェアリングエコノミー関連産業は苦戦するという分析もあり、短期的にはその可能性もありますが、中長期的には、今回の調査でも示されているように、10代、20代、30代の利用意向は伸び率も含めて高く、また、新型コロナウイルス感染症によってシェアリングエコノミーは新しいイノベーションを創出し、環境への負荷低減になるとの見方が増えているのは、社会からの期待が高い現れと言えます。

実際、“withコロナ”の今、あるベンチャー企業は、通勤電車での密を避けるために、9人乗りを5人乗りにして席と席の距離を取った乗り合いワゴンサービスを提供し始めました。ただ密を避けるだけでなく、スマホで登録するため、管理し、追跡もできるのです。コロナ禍を逆手に取った発想です。また、テレワークの浸透で分散型のワークプレイスの設置や、地方の自治体の中には、自然環境の中でテレワークが出来る、或いは農業とともにテレワークが出来る「テレワーク拠点」を作り、「お試し居住」などのアイデアも出てきています。他にも、コロナ禍の影響で困難な状況に陥った活動や事業などを、クラウドファンディングを活用して支援する事例が多く見られ、今後もさらに定着していくことが予想されます。

withコロナのニューノーマルな社会は、働き方を変え、分散型を加速させるでしょうし、その中では、個人の主体性が求められ、会社や社会の在り方への価値観、帰属意識も変わって行くと見られます。ITやSNSの普及がこの流れを支えています。こうした社会の変容が進むことと合わせ、シェアビジネスが新たに創造されていくものと見ています。

松原文枝（まつばら ふみえ）  
テレビ朝日総合ビジネス局 イベント事業戦略担当部長



政府では、シェアリングエコノミーの健全な発展を官民連携の下に推進しており、2017年1月には、そのための組織として、内閣官房IT総合戦略室内に、「シェアリングエコノミー促進室」を設置しました。シェアリングエコノミー促進室では、シェアリングエコノミーに関する情報提供や相談受付のほか、シェアリングエコノミーの発展に資する各種施策を推進しています。

今回の「国内シェアリングエコノミーに関する意識調査」でも、シェアリングエコノミーの認知度や利用経験がさらに高まりつつあり、シェアリングエコノミーが社会全体に着実に浸透しつつあることが改めて確認できます。その一方、シェアリングエコノミーを利用する際の懸念事項として、「事故やトラブル時の対応」や「サービス・製品の信頼性」を回答する人の割合は依然として高く、「実際に2年後に自らが利用していると思う人」の割合も20%程度に留まる結果となっています。政府としては、このような調査結果を受け止めながら、サービス提供者の育成や、サービス品質向上や利用者の不安感解消につながるようなルール作り、普及啓発活動等を行っていくことで、シェアリングエコノミーのさらなる発展に寄与していきたいと考えています。

昨今の新型コロナウイルスの感染拡大により、シェアリングエコノミーの中で、特に人との接触や空間の共有を伴うサービスは、短期的にみると深刻な影響を受けています。その一方、三密の回避や新しい生活様式への移行などにより、私たちの日常生活のあり方が大きく変化しつつある中、時代のニーズを汲み取った新たなシェアリングエコノミーサービスの利用が拡大していくことも予想されます。

また、近年、大規模災害発生時の避難場所不足の解消策として民泊サービスに注目が集まるなど、非常時における課題解決の取り組みの一つとしてシェアリングエコノミーを活用することへの期待が高まりつつあります。フードトラックのマッチングサービスによる被災地への食料提供、スマホアプリを活用した被災者への医療相談サービスの提供等も既に行われています。政府としては、地方公共団体や民間事業者とも連携しながら、シェアリングエコノミーを活用した非常時における新たな支援の枠組みを構築していきたいと考えています。

中田 響 (なかた きょう)  
内閣官房 情報通信技術(IT)総合戦略室 企画官



昨年に続き寄稿の機会をいただき嬉しく存じます。まず、この意識調査を実施した2020年5月という時期に何があったかということをお忘れではありませんね。COVID-19新型コロナウイルス感染症が社会に、そして日本はもちろん世界に大きく与えた影響はいまだ計り知れません。調査結果の最後にある「新型コロナウイルスがシェアリングエコノミーに与えた影響」からまず感じることは、これまでのビジネス・産業の“当たり前”が大きく変化し、また生活者も同様に自分の仕事、働き方、生き方「新しい生活様式」を求められる中で、懸念や不安がありながらも、一方ではシェアリングエコノミーによるイノベーションの創出という期待、が込められているということです。

「場所・空間」「モノ」への衛生面の懸念が上昇しているのは、シェアリングエコノミーに限ったことではなく、街中の飲食店、商業施設、医療機関、どこを見てもその懸念への配慮、対応は求められており、自分を守ることも大事ですが、より一層他人・他方に配慮する気持ちというシェアの原点である「共助」が根底にあると思います。

そのような中、ステイホーム期間中に早速私のところへ届いたコロナ対策によるシェア事業者の対応現状。渋谷区観光協会で推進する「Play! Share Shibuya」参画メンバー各社からも、「こんな対策を始めました！」など前向きなメッセージをご連絡いただき、停止してしまった街でも“今できること”があることを実感しました。

そして、シェアリングエコノミー協会がとりまとめた「新型コロナウイルス感染予防対策の各社ガイドライン」(\*)。迅速な対応が求められる中でこのように業界団体がいち早く動き、業界の動向を発信していくという体制は本当に素晴らしいです。

(\*)シェアサービスにおける 新型コロナウイルス感染予防対策の各社ガイドラインの取りまとめと感染防止のための基本的な考え方  
<https://sharing-economy.jp/ja/news/20200625/>

さて、意識調査結果を考察して感じたことに触れさせていただきますと、普段の生活に取り入れやすいシェアサービスに利用傾向がある、ということは「移動」「モノ」「家事・手伝い・シッター」など、生活サイクルの中でお金と時間の使い方の置き換えが取り入れられているということかと思えます。特に若い世代、共働き世代は機能性や利便性を重視し、節約志向(モノだけでなく、時間の節約、無駄な生産・消費の節約、環境負荷への軽減という視点からの節約)からシェアサービスを利用することによってライフスタイル上における小さな変化を取り入れている。これらの利用という体験が小さな変化を生み、どこか心地よさがあり、さらなるシェアエコ体験が生まれ、市場の拡大につながっていく、そういったシェアの循環サイクルが生まれていくことを期待しています。

最後に、渋谷区観光協会でも新たな観光・まちづくりへの取り組みとして、シェアサービス事業者と共にイノベーションを創出していきます。ぜひ今後の展開にもご期待ください。

小池 ひろよ (こいけひろよ)  
一般財団法人渋谷区観光協会 事務局長



年々シェアリングエコノミーのサービスの利用者、提供者は増加し、またシェアリングエコノミーという単語は知らなくても、個別のサービスを知っている人は各世代で右肩上がりに増加し続けています。特に20～30代のいわゆるミレニアル世代にとっては、シェアすることを前提に購入するなど新たな消費行動や、経済的にも合理的な選択肢となりつつあります。

またコロナウイルス感染症によって、世界中の人々が同時に目の前の生活を、仕事を強制的に見直さざるを得ない現実と直面し、さまざまな領域でデジタルトランスフォーメーションが急速に進んでいます。シェアリングエコノミーの各領域でもさまざまな影響が出ています。特に宅配サービスや、クラウドファンディング、オンラインで完結するスキルシェアサービスなど、急速に拡大している一方で、対面でのサービス、例えば料理教室のシェアや対面型のレッスンなどは、オンラインの事業モデルに切り替えたり、インバウンドなど観光系のサービスは厳しい環境と向き合っています。

リーマンショックや東日本大震災によって人々の意識や価値観が大きく変化したように、“コロナ以降”の社会もまた大きく変わっていくに違いありません。「偏った」資本主義への疑問を強く持ち、SDGsや社会課題に関心を持つ人が増えるのではないのでしょうか。例えば、テレワークが急速に広がることで、満員電車で毎日出社する必要はあるのか？そもそも人口密度が高く、家賃も高い都会で暮らす必要があるのか？政府の調査によると東京圏に住む20～40代の2人に1人は地方移住に関心を持っているという発表もされています。実際、地方移住ですぐに行動できなくても、分散居住として多拠点居住の「ADDRESS」の新規会員数は、“コロナ以前”の3倍を越えており、中でも会社員が45%を越えています。今回の意識調査でも、コロナ以降にシェアリングエコノミーが普及すると考える人が多いのは、物や住まいなど新しい物を大量に生産・所有・消費することへの違和感と、新たな生活様式に向けたシェアリングエコノミーのイノベーション創出への期待の表れではないのでしょうか。フリマサービスは全世代に急速に拡大をしていますが、バッグや洋服、車、そして住まいも新しい物を作っては売るの繰り返しではなく、定額制で多様な選択肢のあるBtoC型のシェア+サブスクモデルも拡大しています。

コロナ禍で、保育園や学校が閉鎖し、飲食店や会社へ行くこともできない中、CtoCの子育てシェアや、家事代行、オンラインレッスンや宅配サービス、テレワークのスペースシェアなど、個人間のマッチングやシェアサービスによって社会の機能不全を補う傾向が見受けられました。今後もパンデミックや災害が増加しても、クラウドソーシングやシェアサービスの提供者として複業をしたり、リモートワークが普及し、多拠点居住や民泊など有事の際にも利用できる場所があることで、災害に強い暮らしや働き方ができるようになります。さらに、ライドシェアや宅配サービスの普及や、料理人や美容師など各地域のお店やスペースシェアで、どこでも働ける環境が広がったり、EVカーや自動運転が普及すれば駐車場シェアのスペースが充電ステーションや配車待ちスポットになる可能性もあります。社会課題を解決するシェアサービスは今後ますます活躍する機会が増えるのではないのでしょうか。

**佐別當 隆志 (さべっとう たかし)**

一般社団法人シェアリングエコノミー協会 常任理事  
株式会社アドレス 代表取締役社長

## お問い合わせ

Mailto : [pwcconsulting.gif-shareeco@jp.pwc.com](mailto:pwcconsulting.gif-shareeco@jp.pwc.com)

Phone : 03-6250-1200(代表)

## 調査主体: PwCコンサルティング合同会社

### 野口 功一

常務執行役 パートナー グローバルイノベーションファクトリー リーダー

[koichi.k.noguchi@pwc.com](mailto:koichi.k.noguchi@pwc.com)

### 和泉 佳南子

エクスペリエンスセンター

[kanako.izumi@pwc.com](mailto:kanako.izumi@pwc.com)



PwC Japan グループは、日本におけるPwC グローバルネットワークのメンバーファームおよびそれらの関連会社 (PwC あらた有限責任監査法人、PwC 京都監査法人、PwC コンサルティング合同会社、PwC アドバイザリー合同会社、PwC 税理士法人、PwC 弁護士法人を含む) の総称です。各法人は独立して事業を行い、相互に連携をとりながら、監査およびアシュアランス、コンサルティング、ディールアドバイザリー、税務、法務のサービスをクライアントに提供しています。

PwC は、社会における信頼を築き、重要な課題を解決することをPurpose (存在意義) としています。私たちは、世界158 カ国に及ぶグローバルネットワークに250,000 人以上のスタッフを有し、高品質な監査、税務、アドバイザリーサービスを提供しています。詳細は [www.pwc.com](http://www.pwc.com) をご覧ください。

電子版はこちらからダウンロードできます。 [www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership.html](http://www.pwc.com/jp/ja/knowledge/thoughtleadership.html)

発刊年月: 2020年7月 管理番号: I202004-09

© 2020 PwC. All rights reserved.

PwC refers to the PwC network and/or one or more of its member firms, each of which is a separate legal entity. Please see [www.pwc.com/structure](http://www.pwc.com/structure) for further details. This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors.